



Al majed oud **الماجد للعود**



نمو مبني على الثقة

التقرير السنوي لعام 2025



صاحب السمو الملكي
الأمير محمد بن سلمان بن عبدالعزيز آل سعود
ولي العهد، رئيس مجلس الوزراء



خادم الحرمين الشريفين
الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود

مقدمة

تُعد شركة الماجد للعود واحدة من أبرز الشركات الرائدة في مجال تطوير وصناعة العطور في الشرق الأوسط. وقد توجت الشركة سبعين عامًا من الخبرة بابتكار مجموعة فريدة ومتنوعة من العطور.

فمنذ بداياتها كدار سبّاقة في تجارة العود، وصولاً إلى مكانتها الرائدة اليوم كشركة مساهمة مدرجة بالسوق المالية السعودية الرئيسية "تداول" وقوة إقليمية في مجال صناعة العطور، تواصل الشركة التمسك بإرثها الأصيل مع المُضي قدماً بخطى واثقة نحو المستقبل. ويستند نهج أدائها إلى التزام ثابت بتوليد القيمة، وتحقيق التميز التشغيلي، والتنمية المستدامة.

حالياً تدير شركة الماجد للعود 366 متجرًا ومنصة بيع في جميع أنحاء المملكة العربية السعودية وعدة دول خليجية، حيث تخدم من خلال شبكة قنوات البيع هذه وقناة المبيعات الإلكترونية النشطة ما يقارب 2.7 مليون من عملائها الأوفياء سنويًا. وتعكس مسيرة الشركة حقيقةً جوهريّة: لا يتحقق النمو بالتوسع فحسب، بل يعتمد على الثقة التي تُبنى على مدار عقود، وتتعزيز بالجودة، وتتجدد يوميًا في كل معاملة مع العملاء.



المحتوى

مقدمة

2

لمحة عن التقرير

5

رسالة رئيس مجلس الإدارة

6

رسالة الرئيس التنفيذي

8

نظرة عامة عن الشركة

10

لمحة سريعة

رحلتنا

الانتشار الجغرافي ونطاق التأثير

أبرز الأحداث في عام 2025

نموذج العمل

الرؤية الاستثمارية

معلومات المساهمين

12

16

18

20

24

26

30

التوجهات الاستراتيجية

32

نظرة عامة على السوق

34

الاستراتيجية ومؤشرات الأداء الرئيسية

36

استعراض الأداء

38

منتجاتنا

40

تطوير المنتجات

50

خارطة طريق تطوير المنتجات

51

المبيعات متعددة القنوات

54

تجربة العملاء

62

النتائج المالية

68

النتائج المالية 70

تقرير الحوكمة

74

نظرة عامة على الحوكمة

76

الإدارة التنفيذية

91

المكافآت

94

المساهمون

100

الإفصاحات

102

إدارة المخاطر والرقابة الداخلية

116

إدارة المخاطر

118

الرقابة الداخلية

124

مراجعة الاستدامة

126

نهج الاستدامة

128

الإشراف البيئي

130

خلق القيمة الاجتماعية

134

أخلاقيات العمل

144

الملحق

146

فهرس محتويات المبادرة العالمية للتقارير (GRI)

148

محاور الإفصاح عن الممارسات البيئية والاجتماعية وحوكمة الشركات (ESG) لدى السوق المالية السعودية (تداول)

150

لمحة عن التقرير

السادة مساهمي شركة الماجد للعود،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته!

يسر رئيس وأعضاء مجلس إدارة شركة الماجد للعود أن يقدموا لمساهمي الشركة الكرام التقرير السنوي عن العام المالي المنتهي في 31 ديسمبر 2025م. يستعرض هذا التقرير بشكل مفصل أداء الشركة، وعملياتها التشغيلية، وتوجهها الاستراتيجي خلال العام الماضي. كما يعكس التزامنا الراسخ بتقديم أفضل الخدمات لعملائنا ومجتمعنا، وتحقيق قيمة مستدامة لمساهميننا، والمضي قدمًا في تحقيق التميز على مستوى القطاع. وقد اعتمد مجلس الإدارة هذا التقرير وصرّح بنشره في 26 مارس 2026م.

نشاط الشركة

شركة الماجد للعود (شركة مساهمة) - ويُشار إليها فيما بعد باسم "الشركة" - هي شركة مسجلة في المملكة العربية السعودية بموجب السجل التجاري رقم 1010045397 الصادر بتاريخ 15 رمضان 1402هـ الموافق 7 يوليو 1982م. وتشمل أنشطة الشركة تجارة الجملة والتجزئة، حيث تقدم مجموعة متنوعة من المنتجات التي تشمل العود والمسك والبخور والزعفران والعطور الشرقية والغربية ومستحضرات التجميل، بالإضافة إلى الحقائب والنظارات والتحف والهدايا وزهور الزينة وعطور الغرف ومعطرات الجو والنباتات. يقع مقر الشركة المسجل في 8279 شارع الهفوف، حي الصحافة 4299، الرياض، المملكة العربية السعودية. وفي 7 أكتوبر 2024م، أدرجت الشركة أسهمها للتداول في السوق المالية السعودية الرئيسية (تداول). تشمل أنشطة الشركة أيضًا تصنيع معطرات الغرف ومنتجات إزالة الروائح والعطور الرجالية والنسائية وزيت العود والعود والبخور وخط وتعبئة العطور والزيوت والنباتات.

نطاق التقرير ومعايير

تتوافق جميع البيانات المالية والإفصاحات الواردة في هذا التقرير مع القوائم المالية الموحدة لشركة الماجد للعود عن العام الممتد من 1 يناير إلى 31 ديسمبر

2025م، ما لم يُنص خلاف ذلك. وقد تم إعداد هذا التقرير استنادًا إلى الأنظمة والمعايير المعمول بها، بما في ذلك لأئحة حوكمة الشركات، ونظام الشركات.

تم الإفصاح عن معلومات الاستدامة وفقًا للدليل الإرشادي للإفصاح عن الممارسات البيئية والاجتماعية وحوكمة الشركات الصادر عن تداول السعودية، وبالرجوع إلى معايير المبادرة العالمية للتقارير (2021). وتتوافق القوائم المالية الموحدة مع المعايير الدولية للتقارير المالية المعتمدة في المملكة العربية السعودية، بالإضافة إلى المعايير والنشرات الصادرة عن الهيئة السعودية للمراجعين والمحاسبين. كما لم يطرأ أي تعديل جوهري على المعلومات المنشورة سابقًا.

تخضع جميع الأرقام الواردة في التقرير للتقريب الحسابي؛ ونتيجة لذلك، قد لا تتطابق الأرقام الإجمالية بدقة دائمًا مع مجموع القيم الفردية، وقد تظهر فيها فروقات طفيفة لا تؤثر على دقة البيانات بصورة عامة أو سلامة عرضها.

البيانات التطلعية

لا تهدف هذه الوثيقة إلى تقديم توقعات حول الأداء المستقبلي للشركة، ولا ينبغي تفسيرها على هذا النحو. إنما قد تتضمن بيانات تطلعية تستند إلى التنبؤات والتصورات الحالية المتعلقة بأحداث مستقبلية. وقد تشمل هذه البيانات - على سبيل المثال لا الحصر- أي عبارات تتضمن أو يسبقها أو يتبعها كلمات مثل: "نستهدف"، "نعتقد"، "نتوقع"، "نهدف"، "نوي"، "قد"، "تتطلع"، "نقدّر"، "نخطط"، "نترقّب"، "سوف"، "سيكون"، "من المرجح"، "ينبغي"، "من الممكن"، "يمكن"، "سنستمر"، "مستقبلًا"، أو أي كلمات ومصطلحات أخرى ذات معانٍ مماثلة. تتأثر هذه التوقعات المستقبلية والخطط بمخاطر وشكوك وعوامل أخرى خارجة عن سيطرة الشركة، وقد يترتب عليها تباين جوهري بين النتائج أو الأداء أو الإنجازات الفعلية المحققة وبين النتائج أو الأداء أو الإنجازات المتوقعة التي وردت صراحةً أو أُشير إليها ضمنيًا في هذا التقرير.

التواصل والملاحظات

نقدّر ملاحظاتكم، وندعوكم لمشاركتنا آراءكم أو مقترحاتكم أو استفساراتكم بشأن هذا التقرير عبر البريد الإلكتروني التالي: ir@almajed4oud.com



رسالة رئيس مجلس الإدارة



بسم الله الرحمن الرحيم

المساهمون الكرام،

بكل امتنان وفخر، أقدم لكم التقرير السنوي لشركة الماجد للعود لعام 2025 - وهو العام الذي ترجمنا فيه استراتيجيتنا إلى نتائج قابلة للقياس وأعدنا التأكيد على أن النمو القائم على الثقة هو الشكل الأكثر ديمومة للتقدم.

ماجد علي عثمان الماجد

رئيس مجلس الإدارة

طوال عام 2025، واصلنا تنفيذ استراتيجيتنا طويلة الأجل بوضوح وانضباط. عززنا ريادتنا في المملكة العربية السعودية مع تسريع تواجدها في أسواق دول مجلس التعاون الخليجي والأسواق الدولية. من خلال التنفيذ الكامل لخطة الابتكار السنوية، نجحنا في تقديم جيل جديد كلياً من العطور، مما يدل على قدرتنا على تحويل الإبداع إلى نجاح تجاري. وفي الوقت نفسه، من خلال تطبيق التوزيع المنضبط لرأس المال، حققنا التوازن بين إعادة الاستثمار من أجل النمو وعوائد المساهمين المرتفعة، بما في ذلك 100 مليون ريال سعودي من توزيعات الأرباح المعلنة عن أرباح عام 2024 (64% من صافي الربح).

ومع ذلك، فإن التزامنا بخلق قيمة طويلة الأجل يتجاوز الأداء المالي. لاطالما استرشدنا في رحلتنا بالقيم التي تأسست عليها شركة الماجد للعود، وهي النزاهة والجودة واحترام التراث. تواصل هذه القيم تشكيل ثقافتنا وتوجيه استراتيجيتنا وتعزيز الثقة التي تربطنا بعملائنا وشركائنا.

تظل الاستدامة ركيزة أساسية في هذه الرؤية طويلة الأجل. يتماشى نهجنا بشكل وثيق مع الأولويات الوطنية، حيث يدعم تطوير القطاع الخاص وخلق فرص العمل والتقدم الرقمي والمسؤولية البيئية. في عام 2025، طورنا استراتيجيتنا للتوطين بما يتماشى مع رؤية السعودية 2030، حيث مثل الموظفون السعوديين في كوادرنال العاملة في السعودية نسبة 48% وحافظنا على تصنيف بلاتيني في نظام نطاقات في جميع الفروع. قمنا بتسريع تنمية المواهب الوطنية من خلال برامج تدريبية منظمة ومبادرات لتنمية المهارات القيادية والترقيات الداخلية، مما عزز ثقافة التقدم على أساس الجدارة.

تظل صحة وسلامة موظفينا على رأس أولوياتنا. نحافظ على نهج قوي لإدارة الصحة والسلامة المهنية مصمم لمنع إصابات العمل وضمان ظروف عمل آمنة. نفخر بأن نقول إن جهودنا في عام 2025 أسفرت عن عدم تسجيل أي إصابات طوال العام.

في عام 2025، قمنا أيضاً بتوسيع مشاركتنا المجتمعية من خلال برامج منظمة للمسؤولية الاجتماعية للشركات، بما في ذلك مبادرات التوعية في المستشفيات، والشراكات الخيرية، ودعم برامج حفظ القرآن الكريم، والمبادرات التطوعية خلال شهر رمضان المبارك، والمساهمات الاجتماعية الأوسع نطاقاً لتعزيز تأثيرنا الثقافي والاجتماعي.

لم يكن من الممكن تحقيق نمونا المستمر وإنجازاتنا دون القيادة الحكيمة لخدام الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود وصاحب السمو الملكي ولي العهد الأمير محمد بن سلمان بن عبد العزيز آل سعود. من خلال رؤية السعودية 2030، شرعت المملكة في رحلة تحولية لتنويع الاقتصاد، وتمكين القطاع الخاص، والارتقاء بالصناعات الوطنية على نطاق عالمي. يشرفنا أن ندعم هذه الرؤية الطموحة من خلال تعزيز الحرفية السعودية في صناعة العطور، وزيادة المحتوى المحلي، وخلق فرص عمل، والترويج للعطور كرمز لتميز السعودية في الأسواق الإقليمية والدولية.

نيابة عن مجلس الإدارة، أقدم خالص تقديري للإدارة التنفيذية والموظفين على تفانيهم واحترافهم، وللمساهمين على ثقتهم المستمرة في رؤيتنا وتوجهنا. بالإيمان والانضباط ووحدة الهدف، نمضي قدماً، واثقين من قدرتنا على بناء مستقبل أقوى على أساس الثقة.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

ماجد علي عثمان الماجد
رئيس مجلس الإدارة

رسالة الرئيس التنفيذي



بسم الله الرحمن الرحيم

شهد عام 2025 خطوة حاسمة في مسيرة نمو شركة الماجد للعود. يعكس أداؤنا هذا العام قوة استراتيجيتنا ومرونة نموذج أعمالنا وقدرتنا على ترجمة الابتكار إلى نتائج ملموسة.

وليد خالد علي الماجد الرئيس التنفيذي



ارتفعت الإيرادات بنسبة 19% على أساس سنوي لتصل إلى 1,104 مليون ٺ، مما يعكس الفعالية المستمرة لاستراتيجيتنا للنمو القائمة على الابتكار ونموذج المبيعات والتسويق متعدد القنوات. تحسنت الربحية بشكل كبير إلى جانب نمو الإيرادات. ارتفعت الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء بنسبة 26% ليصل إلى 377 مليون ٺ، بينما نمت صافي الأرباح بنسبة قياسية بلغت 39% لتصل إلى 218 مليون ٺ.

تُظهر هذه النتائج قوة شركة الماجد للعود في التميز التشغيلي، وتحسين مزيج المنتجات، والانضباط في التكاليف. تحافظ الشركة على هيكل رأسمالي متحفظ، حيث يتم تمويل التوسع بشكل أساسي من خلال التدفقات النقدية الداخلية. في عام 2025، تم استكمال هذا النهج الحذر في إدارة أصول الشركة بتوليد تدفقات نقدية تشغيلية قوية، مما يضمن القدرة على النمو والمرونة المالية.

لا يزال ابتكار المنتجات محورًا أساسيًا في استراتيجيتنا. في عام 2025، تم إطلاق 71 منتجًا جديدًا، بزيادة قدرها 11% عن عام 2024. في تم طرح 14 منتجًا جديدًا، بما في ذلك الإصدارات الموسمية التي تتوافق مع احتياجات رمضان والصيف والشتاء. لدعم خططنا الابتكارية، قمنا بتحديث البنية التحتية للمختبرات بشكل شامل، وتعزيز قدرات الاختبارات الكيميائية والفيزيائية والمكروبيولوجية لتحسين ضمان الجودة. كما تم تحسين كفاءة التصنيع لدينا، حيث ارتفع معدل استخدام طاقة المصانع إلى 89%.

استمر التوسع في البيع بالتجزئة بالتوازي مع تسارع الإنتاج. ارتفع العدد الإجمالي للمتاجر الدائمة بنسبة 5% ليصل إلى 366 موقعًا، مع افتتاح 32 متجرًا جديدًا خلال العام. بلغ عدد المشاركين في برنامج ولاء العملاء 2.7 مليون مشارك، بزيادة قدرها 50% عن عام 2024.

على الصعيد الرقمي، واصلنا توسيع متجرنا الإلكتروني في أسواق دول مجلس التعاون الخليجي وعلى الصعيد الدولي من خلال الماجد جلوبال، حيث نقدم خدماتنا إلى 22 دولة خارج نطاق وجودنا الفعلي. في عام 2025،

كان المتجر الإلكتروني يضم أكثر من 826,000 عميل مسجل. حقق تطبيق الهاتف المحمول إنجازات مذهلة، حيث تجاوز عدد تحميلات التطبيق 900,000 تحميل، وحصل على تقييم 5/4.7 على جوجل بلاي وأبل ستور.

أدى تنفيذنا المنضبط لخططنا التسويقية في عام 2025 إلى نتائج ممتازة. كان النمو الرقمي الطبيعي قويا بشكل خاص، حيث تمت إضافة 527,000 متابع جديد بشكل طبيعي (+65% على أساس سنوي). كما توسعت بشكل كبير الأنشطة التوعوية التي يقودها المؤثرون، حيث تم تنفيذ حملات بسبع لغات وحققت 1.57 مليار مشاهدة إجمالية (+55%). كما قامت الماجد للعود برعاية باور، أحد أبرز فرق الرياضات الإلكترونية وشبكات إنشاء المحتوى في الشرق الأوسط، مما عزز من أهمية العلامة التجارية بين الجماهير الشابة المولودة في العصر الرقمي.

بشكل عام، أظهر عام 2025 قدرتنا على زيادة الإيرادات وتحسين الربحية وتعزيز الكفاءة التشغيلية وتعميق تفاعل العملاء في آن واحد، مع الحفاظ على الانضباط المالي وتعزيز مركزنا التنافسي على المدى الطويل.

في عام 2026، متوكلين على الله، نسعى لتعزيز ريادتنا الإقليمية من خلال التوسع المدروس على الصعيد الإقليمي والعالمي، وتعميق قدراتنا متعددة القنوات، وتحسين تجربة العملاء عبر جميع نقاط الاتصال. نأمل وكلنا ثقة بقدرتنا على تحقيق عوائد مستدامة، والحفاظ على المرونة المالية، وخلق قيمة طويلة الأجل لمساهمينا لسنوات قادمة بإذن الله.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

وليد خالد علي الماجد
الرئيس التنفيذي



نظرة عامة عن الشركة

إرث من الثقة، قصة نمو

تأسست شركة الماجد للعود على قيم راسخة تتمثل في الصدق والجودة والاعتزاز بالتراث. وقد انطلقت كدار رائدة في تجارة العود، ثم واصلت مسيرة نموها وتطورها عبر العقود لتغدو إحدى أبرز شركات العطور في المملكة العربية السعودية. واليوم، تحظى الشركة بحضور إقليمي ودولي متنامٍ، وهي شركة مدرجة في السوق المالية، مع التزامها الكامل برؤية مؤسسها.

366

متجرًا في عام 2025

638

منتجًا

12	لمحة سريعة
16	رحلتنا
18	الانتشار الجغرافي ونطاق التأثير
20	أبرز الأحداث في عام 2025
24	نموذج العمل
26	الرؤية الاستثمارية
30	معلومات المساهمين

لمحة سريعة

تعدّ شركة الماجد للعود، ومقرها المملكة العربية السعودية، من الشركات الرائدة في صناعة العطور والعود، إذ تتمتع بحضور راسخ في جميع دول مجلس التعاون الخليجي. وتواصل الشركة التزامها بقيمها الأساسية، مع اتباع نهج متوازن وواعٍ في مواكبة التغيرات وتعزيز مسيرة نموها المستدام.

أهدافنا الاستراتيجية هي:

أن نكون الوجهة الأولى لعشاق العود والعطور في المملكة العربية السعودية.

ترسيخ دورنا في المسؤولية الاجتماعية من خلال مبادرات وشراكات فاعلة مع الجهات الخيرية والحكومية.

تعزيز مكانتنا عبر شراكات وتحالفات دولية استراتيجية تدعم التوسع والنمو المستدام.

قيادة صناعة العطور والعود في الشرق الأوسط والأسواق العالمية، والمساهمة في الحفاظ على التراث الثقافي السعودي وتقديره.

التوافق مع مستهدفات رؤية السعودية 2030 من خلال دعم التوطين والصناعات الوطنية وتعزيز المحتوى المحلي.

توسيع حضورنا الرقمي العالمي وتطوير متاجرنا الإلكترونية بما يواكب النمو المتسارع في قطاع التجارة الإلكترونية.



الرؤية

أن نكون شركة رائدة في مجال العود والعطور في الشرق الأوسط والعالم، تبتكر تجارب عطرية تمكّن عملاءنا من التعبير عن شخصيتهم الفريدة.

الرسالة

الابتكار والتطوير والإنتاج لأجود أنواع العطور والعود وفق أعلى المعايير الدولية، بما يعزز ثقة عملائنا ويحقق رضاهم المستدام.

التمسك برؤية المؤسس

مع انطلاقة تجارة العود في المملكة العربية السعودية، بادر الشيخ علي بن عثمان الماجد إلى تأسيس الشركة عام 1956، واضعاً أسساً راسخة تقوم على الصدق والالتزام والإيمان بالإنسان. وقد شكّل هذا النهج حجر الزاوية في بناء مسيرة متميزة في صناعة العطور والعود، ولا تزال مبادئه مصدر إلهام وتوجيه للشركة حتى اليوم.

منذ تأسيسها، ارتكزت شركة الماجد للعود على خبرة تتجاوز سبعة عقود في تطوير وتصنيع العود والعطور في منطقة الخليج، وتبقى العلاقة المتينة بين المورد والعميل، المبنية على الثقة والنزاهة، جوهر ثقافة الشركة وركيزة نجاحها المستمر. وبفضل إرث المؤسس ورؤيته، واصلت الشركة نموها بثبات لترسخ مكانتها كأحد الأسماء الرائدة في سوق العطور الإقليمي.

منتجاتنا

جمال الطبيعة وتميّز التصميم.

تقدّم الماجد للعود محفظة واسعة تضم أكثر من 638 منتجاً عالي الجودة، من مختلف العلامات التجارية، صُمّمت بعناية لتواكب تنوّع الأذواق وأنماط الحياة. ومن خلال تصاميم مدروسة تجمع بين الأصالة والابتكار، تمنح هذه التشكيلة عملاءنا مساحة للتعبير عن ذاتهم بثقة وفراة. فمن الإبداعات الكلاسيكية الراسخة في التراث إلى الرؤى العصرية المتجددة، يمثّل كل منتج ريفيقاً شخصياً يلزم صاحبه في أبرز لحظات حياته.

محفظة منتجاتنا تشمل:

- عطور فاخرة
- عود نقي وزبوت عود خالية من الكحول
- بخور وخطات تقليدية
- زيوت عطرية ومنتجات نباتية
- معطرات منزلية، ومعطرات للشعر والجسم
- إكسسوارات وهدايا



الجودة والتميز التشغيلي

تستند قوة الشركة إلى منظومة أصول متكاملة صُمّمت لضمان الجودة والاستمرارية وقابلية التوسّع: مصنع حديث في الرياض يمتد على مساحة تقارب 4.000 متر مربع، يعمل وفق أعلى المعايير الدولية، بطاقة إنتاجية تصل إلى 50.000 وحدة يومياً. شبكة واسعة من متاجر التجزئة والتوزيع تضم 366 متجرًا ومنصات بيع في مختلف أنحاء المملكة العربية السعودية ودول مجلس التعاون الخليجي. بنية رقمية متطورة ومنصات تجارة إلكترونية متنامية تعزّز الوصول إلى العملاء محليًا وعالميًا. محفظة تضم 157 علامة تجارية، منها 112 علامة مسجلة، مع سجل حافل في تطوير العطور والابتكار.

تشكل هذه المقومات مجتمعة منظومة متكاملة تدعم الاتساق في الجودة، وتعزّز قيمة العلامة التجارية، وتدفع مسيرة النمو المستدام على المدى الطويل.

تعرفّ على المزيد في قسم "تطوير المنتجات"

تجربة العملاء

تخدم الماجد للعود قاعدة عملاء متنوعة تمتد عبر الأجيال والثقافات. وتنظر الشركة إلى العطر بوصفه وسيلة راقية للتعبير الشخصي، وانعكاساً هادئاً للهوية والمزاج والحضور. مع تشكيلة غنية ومتنوعة من المنتجات، تتيح الماجد للعود لعملائها اختيار عطور تعبّر عن شخصياتهم وتضفي على تفاصيل حياتهم اليومية لحظات من البهجة والراحة والجمال.

ولتعزيز تجربة الاكتشاف والتفاعل، تعتمد الشركة منظومة ترويجية حديثة ومتكاملة تشمل:

- التعاون مع مؤثرين الذين يتم اختيارهم بعناية.
- سرداً بصرياً ملهمًا عبر محتوى الفيديو بحيث يبرز الحرفية والجانب العاطفي للعطر.
- حضورًا قويًا على منصات التجارة الإلكترونية والأسواق العالمية، إلى جانب متجر الشركة الإلكتروني.
- تطبيقاً للهواتف الذكية يتيح تجربة سلسلة والوصول الفوري إلى العروض الجديدة.

تعرفّ على المزيد في قسم "المبيعات متعددة القنوات"

موظفونا

يمثّل الموظفون الركيزة الأساسية لنجاح شركة الماجد للعود. ومن خلال استراتيجية تركز على استقطاب الكفاءات المتميزة وتطويرها، نجحت الشركة في بناء فريق إبداعي من الخبرات المحلية والدولية القادرة على مواكبة تطورات العملاء المتجددة واتجاهات السوق المتغيرة.

وتوفّر الشركة بيئة عمل مهنية داعمة تشجّع على التعاون، وتنمي المهارات، وتعزّز فرص النمو المستمر. ومع فريق يقدر بـ 2396 موظف، تواصل الماجد للعود تحقيق أهدافها الاستراتيجية بروح من الثقة المشتركة والالتزام والفخر بالحرفية والجودة.

تعرفّ على المزيد في قسم "موظفونا"

الشهادات

حاز التزام الشركة بالجودة والحوكمة والتميّز على تقدير رسمي من خلال:

- شهادة ISO 9001:2015
- شهادة ممارسات التصنيع الجيدة (GMP)
- علامة الجودة الإماراتية (EQM)



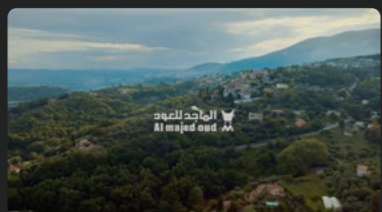
علامة الجودة الإماراتية
Emirates Quality Mark



التميّز

الوصول للنهائي في فئة الموضة والجمال ونمط الحياة A.15 في فيلم "ملكة الزهور" (2025)

تعرفّ على المزيد في قسم "ملكة الزهور (فيديو)"



¹ في هذا السياق، يشير مصطلح "منتج" إلى "وحدة حفظ المخزون" (SKU).

رحلتنا

انطلاقاً من إرثٍ راسخ في الحرفية وروح المبادرة، شهدت شركة الماجد للعود تطوراً متدرّجاً على مدى عقود، انتقلت خلاله من مشروع تجاري ناشئ إلى مجموعة مدرجة في السوق المالية، تتمتع بحضور قوي في منطقة الخليج.



1956

تأسس شركة الماجد للعود بدأ مع الشيخ علي بن عثمان الماجد في تجارة الجملة للعود والزعفران في المملكة العربية السعودية.

1990

افتتح أول متجر تجزئة في الرياض، وتوسعت محفظة المنتجات لتشمل العطور، والبخور، والزيوت الأساسية، والإكسسوارات.

2010

تحولت المؤسسة إلى شركة ذات مسؤولية محدودة تحت اسم شركة الماجد للعود ذ. م. م.

2012

إنشاء مصنع في الرياض لإنتاج العطور والزيوت العطرية والبخور.

2007

اتجهت الشركة استراتيجياً نحو قطاع التجزئة، مع تعليق أنشطة تجارة الجملة.

1982

وقد تأسست رسمياً تحت اسم "مؤسسة الماجد للعود".

2018

افتتاح أول متجر خارج المملكة في دولة الكويت، وإطلاق المتجر الإلكتروني لتعزيز الحضور الرقمي.

2021

افتتاح أول متاجر الشركة في دولة الإمارات العربية المتحدة.

2022

توسعت الشركة إلى البحرين واستحوذت على أصول شركة خلطة للعطور، مما أضاف 41 متجرًا إلى شبكة المتاجر.

2019

توسعة مصنع الرياض ورفع الطاقة الإنتاجية إلى 50 ألف وحدة يومياً.

2024

تأسيس شركة تابعة مملوكة بالكامل في دولة قطر في خطوة تعزز التوسع الإقليمي.

أدرجت الشركة أسهمها في السوق المالية السعودية (تداول).

2023

افتتحت شركة الماجد للعود أول متاجرها في سلطنة عُمان.

2025

وافق مجلس الإدارة على إنشاء فرع للشركة في سوق أبوظبي العالمي.

الانتشار الجغرافي ونطاق التأثير

تحافظ شركة الماجد للعود على حضور جغرافي قوي ومنظم، يعكس التزامها بتوفير تجربة تسوّق سهلة الوصول، والقرب من العملاء، والنمو المستدام.

تمتد بصمة الشركة في المملكة العربية السعودية وأسواق رئيسية في دول مجلس التعاون الخليجي، مدعومة بنموذج مبيعات متعدد القنوات يجمع بين البيع بالتجزئة التقليدي، والمنصات الرقمية، والشراكات الاستراتيجية. في المملكة العربية السعودية، تدير الماجد للعود 283 منفذ بيع بالتجزئة، بما يضمن تغطية شاملة على مستوى الدولة وتفاعلاً وثيقاً مع العملاء في مختلف المناطق الرئيسية، وتتيح هذه الشبكة الواسعة للشركة خدمة المراكز الحضرية ذات الكثافة السكانية العالية والأسواق الإقليمية الناشئة على حد سواء.

خارج المملكة العربية السعودية، عززت الماجد للعود حضورها المتنامي في دول مجلس التعاون الخليجي. ولدعم عملياتها الإقليمية، أنشأت الشركة شركة الماجد للعود (ذ.م.م)، وهي شركة تابعة مملوكة بالكامل لها في دولة قطر.

يمتد نطاق مبيعات الشركة إلى 22 دولة، مدعوماً بنموذج مبيعات متنوع مصمم لتلبية احتياجات العملاء أينما كانوا.

تعرف على المزيد في قسم "المبيعات متعددة القنوات"

11

لغة مستخدمة في الإعلانات

العربية	الأردنية
الفرنسية	الهولندية
الإنكليزية	التركية
التشيكية	الألمانية
الروسية	البلغارية
الإيطالية	

19
الكويت

2
البحرين

43
الإمارات العربية
المتحدة

19
عمان

19

المنطقة الشمالية

17

منطقة القصيم

88

المنطقة الغربية

81

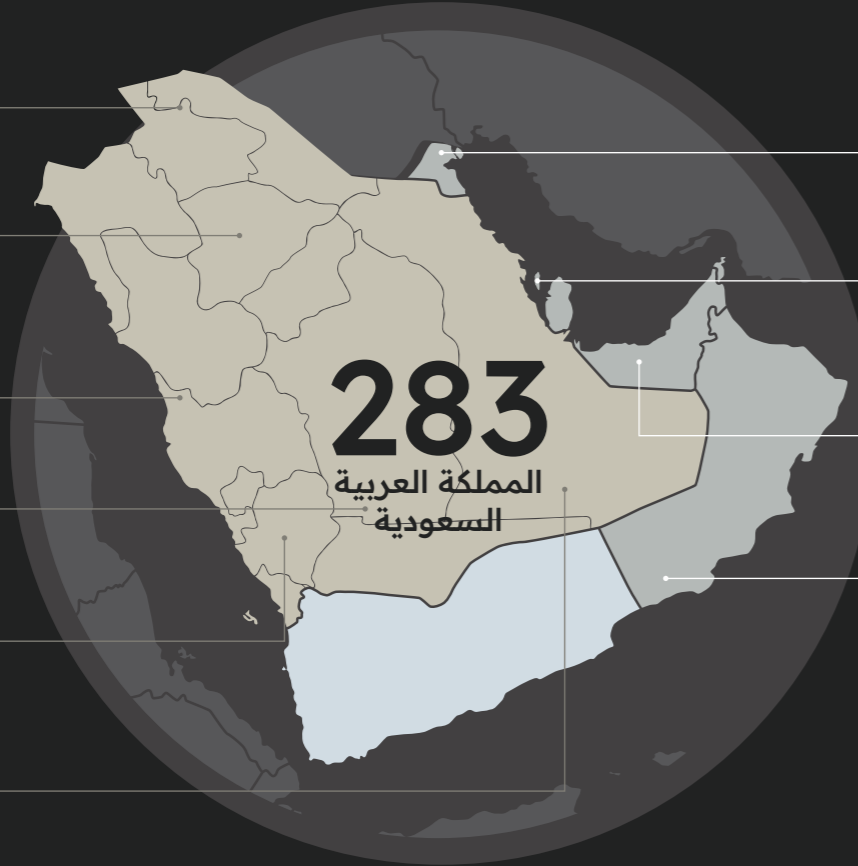
المنطقة الوسطى

48

المنطقة الجنوبية

30

المنطقة الشرقية



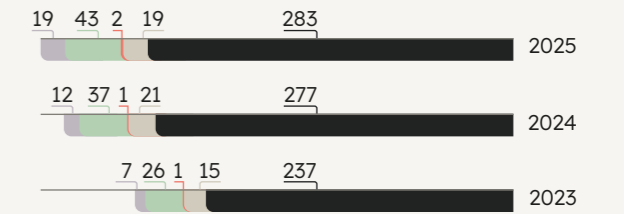
أبرز الأحداث في عام 2025

في عام 2025، عززت شركة الماجد للعود استراتيجيتها من خلال التوسع المدروس، والتميز التشغيلي، والمبادرات الاستراتيجية الشاملة.

النتائج التشغيلية

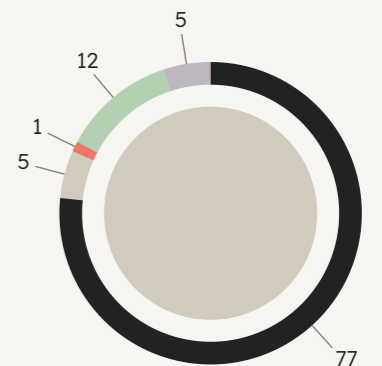
ارتفع إجمالي عدد المتاجر الدائمة بنسبة 5% في عام 2025، ليصل إلى 366 متجرًا. وقد تم افتتاح 32 متجرًا جديدًا، بينما تم استبدال 14 متجرًا ضعيف الأداء بأخرى جديدة في مواقع أكثر جاذبية وازدحامًا، مما ساهم في زيادة المبيعات. ويعود هذا النمو بشكل رئيسي إلى التوسع المستمر في المملكة العربية السعودية، حيث ارتفع عدد المتاجر بنسبة 2%، ليصل إلى 283 متجرًا.

عدد المتاجر ومنصات البيع



- المملكة العربية السعودية
- الكويت
- البحرين
- الإمارات العربية المتحدة
- عُمان

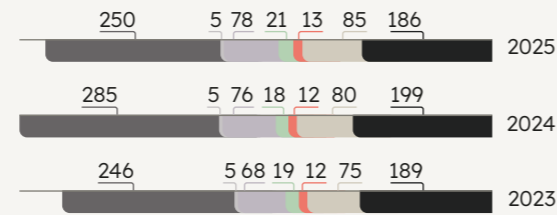
التوزيع الجغرافي للمتاجر عام 2025، %



- المملكة العربية السعودية
- الكويت
- البحرين
- الإمارات العربية المتحدة
- عُمان

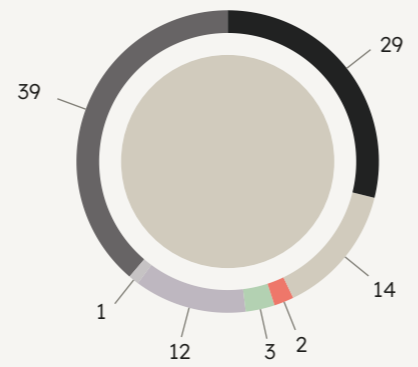
توسعت مجموعة المنتجات بشكل ملحوظ في عام 2025، حيث تم إطلاق 71 منتجًا جديدًا، بما في ذلك 14 عطرًا جديدًا من بينها: روز دي ماي، ميسترال، كاندي مسك، بريستيچ بيرل، وبوازيه. وانخفض إجمالي عدد المنتجات بنسبة 5% ليصل إلى 638، بسبب التحسين لمحفظة المنتجات.

عدد المنتجات



- العطور
- العود
- العود الصناعي
- البخور
- الزيوت العطرية
- المنتجات النباتية
- الإكسسوارات والهدايا

توزيع المنتجات لعام 2025، (%)



- العطور
- العود
- العود الصناعي
- البخور
- الزيوت العطرية
- المنتجات النباتية
- الإكسسوارات والهدايا

تعرف على المزيد في قسم "المبيعات متعددة القنوات"

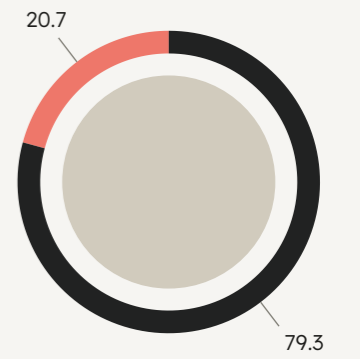


النتائج المالية

تجاوزت نتائج الشركة لعام 2025 التوقعات، حيث حققت المبيعات وصافي الأرباح نموًا فاق التقديرات.

ارتفعت الإيرادات بنسبة 19% لتصل إلى 1.1 مليار ريال. وكان المحرك الرئيسي لهذا النمو هو الإطلاق الناجح لمنتجات جديدة، مثل "روز دي ماي" و"كاندي مسك" و"ميسترال"، التي لاقت رواجًا كبيرًا في السوق وأسهمت في تعزيز الأداء الإجمالي للمبيعات.

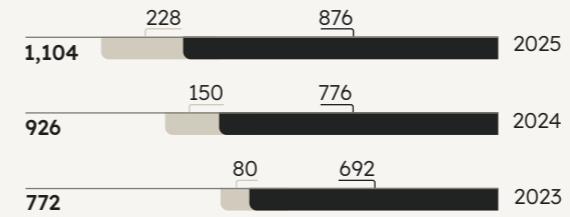
الإيرادات حسب السوق في عام 2025م، (%)



● المملكة العربية السعودية
● دول مجلس التعاون الخليجي

لقد لعب التوسع المستمر لشبكة المتاجر والنمو الكبير في التجارة الإلكترونية دورًا حيويًا في الحفاظ على هذا الزخم التصاعدي. وشهدت منطقة دول مجلس التعاون الخليجي نموًا سريعًا بشكل خاص (+52% على أساس سنوي)، مدفوعًا بحملات تسويقية فعالة. وارتفعت حصة هذه المنطقة من الإيرادات بنسبة 5 نقاط مئوية، لتصل إلى 21% من إجمالي الإيرادات.

الإيرادات (مليون ريال)



● المملكة العربية السعودية
● دول مجلس التعاون الخليجي

الدعم المجتمعي

في عام 2025، عززت شركة الماجد للعود للعود التزامها بالمسؤولية الاجتماعية من خلال مجموعة واسعة من المبادرات، بما في ذلك برنامج إفطار صائم، ودعم مرضى المستشفيات، وتعزيز حفظ القرآن الكريم، والمشاركة الفعالة في الفعاليات الرياضية الوطنية.

توزيع 2000 وجبة إفطار

تنفيذ 45 مبادرة

توزيع أكثر من 2300 منتج عطري

دعم 14 مستشفى و17 منظمة خيرية

أبرز إنجازات عام 2025

التوسع في قطاع التجميل

وقعت شركة الماجد للعود مذكرة تفاهم غير ملزمة لتقييم إمكانية الاستحواذ على 100% من شركة الصفا للأدوية والمستلزمات الطبية ذ.م.م. وتعكس هذه الخطوة توجهًا نحو التنوع الانتقائي، بهدف توسيع حضور الشركة في قطاع التجميل والعناية الشخصية إلى جانب محفظتها الأساسية من العطور.

مواصلة فروع الشركة في دولة الإمارات مع متطلبات سوق أبو ظبي المالي العالمي

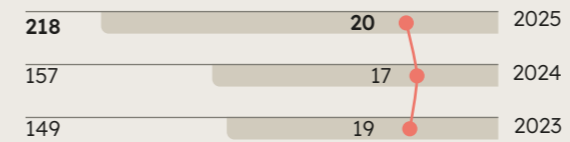
في عام 2025، أصدر مجلس الإدارة قرارًا بمواصلة وضع عدد من فروع الشركة العاملة في الإمارات العربية المتحدة ضمن نطاق سوق أبو ظبي العالمي. وتهدف هذه الخطوة إلى دعم استمرارية الأعمال وتعزيز نموذج التشغيل الإقليمي من خلال ضمان الإمتثال للأنظمة واللوائح المعمول بها، بما يوفر أساسًا متينًا للنمو طويل الأجل في دولة الإمارات العربية المتحدة.

الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء



● الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء
● هامش الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء (%)

صافي الربح



● صافي الربح (مليون ريال)
● هامش صافي الربح (%)

وشهد كل من الربح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء وصافي الأرباح نموًا قويًا، بما يعكس الانضباط في إدارة التكاليف. فقد ارتفع الربح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء بنسبة 26%، مع تحسن هامش الربح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء بمقدار نقطتين مئويتين كما نما صافي الربح بنسبة 39%، مع ارتفاع هامش صافي الربح بمقدار 3 نقاط مئوية، ليصل إلى 20%.



تعرف على المزيد في قسم النتائج المالية

نموذج العمل

يجمع نموذج الأعمال الخاص بالشركة بين الموارد الاستراتيجية والأنشطة المتكاملة والتنفيذ المنضبط بهدف إنشاء قيمة مستدامة على المدى الطويل.

الموارد التي نستخدمها

قدرات تصنيعية قوية تركز على الجودة

حضور قوي في قطاع التجزئة يمتد عبر المملكة العربية السعودية والأسواق العالمية

منظومة رقمية حديثة تركز على العملاء

شراكات طويلة الأمد وموثوقة مع الموردين

قدرات تخزين ولوجستيات موثوقة

مرافق ومختبرات مخصصة لتطوير المنتجات

الأنشطة التي نقوم بها

البحث والتطوير في تركيب العطور

التوريد وضمان الجودة

تخطيط المحفظة والمبيعات

تحليلات الأداء والرؤى

التصنيع الداخلي

التعبئة والتغليف ومراقبة الجودة

تخطيط الطلب والتوزيع

مبيعات القنوات المتعددة

محركات النمو

- تسويق العلامة التجارية
- حملات موسمية واحتفالية (رمضان، الحج/عيد الفطر، اليوم الوطني)
- إدارة العملاء
- الترويج عبر المؤثرين
- برنامج الولاء
- التعاون مع المنصات الدولية

يعمل نموذجنا التشغيلي المتكامل على تحويل الخبرات والقدرات الاستيعابية إلى جودة مستدامة، ونطاق وصول أوسع، وقيمة ملموسة.

القيمة التي نصنعها

تجربة عملاء متميزة

نمو مستدام في الإيرادات

ربحية عالية وتدفقات نقدية قوية

مرونة تشغيلية أكبر من خلال التنوع

قيمة علامة تجارية راسخة

توزيعات أرباح ثابتة وقيمة متزايدة للمساهمين

خلق فرص عمل

تدريب وتطوير الكوادر السعودية

تأثير إيجابي على المجتمع

دعم المنتجين المحليين للعود والزيوت والمواد الخام والتغليف

تعزيز الاعتراف العالمي بالحرفية السعودية

المساهمة في الحضور الدولي للمنتجات السعودية

الأسس التي بنينا عليها

كوادر بشرية وخبرات مدعومة بثقافة المساءلة والمهنية

قيمة علامة تجارية راسخة بُنيت منذ عام 1956 وتعززت عبر الأجيال

محفظة موثوقة من العلامات التجارية الراسخة والعلامات التجارية المحمية

حوكمة والتزام وتراخيص تشغيل تضمن الاستمرارية والثقة

تُعد الأخلاقيات والنزاهة مبادئ دائمة تسترشد بها القرارات والتعاملات.

رؤيتنا ورسالتنا وقيمنا الواضحة هي البوصلة التي ترسم مسارنا المستقبلي وتوجه أعمالنا اليومية.

الرؤية الاستثمارية

تستند جاذبية الاستثمار في شركة الماجد للعود إلى مجموعة من المزايا التنافسية الواضحة التي تعزز بعضها بعضاً وتدعم خلق قيمة مستدامة طويلة الأجل.

وتُعزز هذه المزايا قدرة الشركة على النمو المريح، والحفاظ على مكانتها في السوق، والاستفادة من ديناميكيات السوق المواتية.

1 ابتكار عطور قائم على الخبرة

تستفيد شركة الماجد للعود من خبرة راسخة في تطوير تركيبات عطرية فاخرة، مبنية على عقود من المعرفة المتخصصة. وتجمع الشركة بين الحرفية التقليدية وتقنيات التركيب الحديثة، بما يمكّنها من طرح عطور تلبي الأذواق المتنوعة للمستهلكين. وتدعم هذه الخبرة تجديد محفظة المنتجات بشكل مستمر وتعزز سمعة الشركة في الجودة والأصالة ضمن سوق تنافسي.

إطلاق **71**
منتجاً جديداً في عام 2025

2 علامة تجارية موثوقة تتمتع بولاء عالٍ من العملاء

تُعد الثقة ركيزة أساسية لشركة الماجد للعود. ومن خلال حضورها الراسخ في المملكة ودول مجلس التعاون الخليجي، نجحت الشركة في بناء علامة تجارية تحظى بدرجة عالية من التقدير والولاء. ويتجلى ذلك في تكرار عمليات الشراء وسلوكيات الإهداء والطلب المستمر عبر الأجيال. وتسهم قوة العلامة التجارية في الحد من الاعتماد على العروض الترويجية قصيرة الأجل ودعم استقرار الإيرادات عبر الدورات الاقتصادية المختلفة.

94.1%
من رضا العملاء بشكل عام في عام 2025

2.7
مليون مشترك في برنامج الولاء
(50+ % على أساس سنوي)

3 تشكيلة منتجات فريدة تلبي مختلف الأذواق

تقدم الشركة واحدة من أشمل تشكيلات المنتجات في قطاع العطور الإقليمي، بما يشمل العطور والعود والزيوت العطرية والبخور والمنتجات النباتية والإكسسوارات. ويُمكن هذا التنوع الشركة من خدمة شرائح متعددة من العملاء، وتلبية مستويات سعرية ومناسبات استخدام مختلفة، مع الاستجابة السريعة لتغيرات أذواق المستهلكين. ويسهم تنوع المنتجات في تعزيز ولاء العملاء ودعم فرص البيع المتبادل.

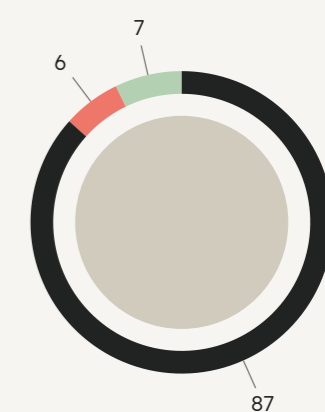
الفئة العمرية المستهدفة تتراوح بين
18 إلى 50 عامًا



4 نموذج مبيعات متكامل
واسع النطاق

تعتمد شركة الماجد للعود لنموذج مبيعات متكاملًا وقابلًا للتوسع يجمع بين شبكة متاجر فعلية واسعة وقنوات رقمية متنامية. وتتكامل المتاجر ذات المواقع الاستراتيجية في المملكة العربية السعودية ودول مجلس التعاون الخليجي مع المتجر الإلكتروني للشركة وتطبيقها للهواتف الذكية ومنصات التجارة الإلكترونية التابعة لجهات خارجية. ويعزز هذا النموذج متعدد القنوات الوصول إلى العملاء، ويرفع حضور العلامة التجارية، ويدعم الأداء المستدام في ظل تغير أنماط التسوق.

الإيرادات حسب قناة البيع في عام 2025 (%)



- متاجر التجزئة والأكشاك
- المتجر الإلكتروني
- قنوات أخرى

 5 الشراكات الاستراتيجية التي تدعم
الجودة والنمو

تحافظ الشركة على علاقات متينة مع كبار الموردين والمصنعين والشركاء الدوليين عبر مختلف مراحل سلسلة قيمة العطور. وتسهم هذه الشراكات في تحسين جودة المنتجات، وتأمين الوصول إلى أجود المواد الخام، ودعم الابتكار. كما توفر علاقات الموردين طويلة الأمد وتنوع مصادر التوريد مرونة تشغيلية وتدعم خفض التكاليف، بما يعزز القدرة التنافسية في بيئة التوريد العالمية.

73
مورداً دولياً
في عام 2025

150
مورداً محلياً

 6 قيادة ملهمة وإدارة
خبيرة

يقود شركة الماجد للعود مؤسسون ذوو رؤية وفريق إدارة يتمتع بخبرة عميقة في القطاع وسجل حافل بالإنجازات. وقد نجح فريق القيادة في توسيع أعمال الشركة وتعزيز كفاءتها التشغيلية وتحقيق نمو مستمر في مختلف الأسواق. وتضمن ثقافة الشركة العائلية، المدعومة بحكومة مهنية، استمرارية استراتيجية واتخاذ قرارات طويلة الأجل، فيما يوفر وجود أعضاء مجلس إدارة مستقلين مستوى عالٍ من الشفافية والرقابة.

70
عامًا من خبرة الشركة في سوق العطور

40%
من أعضاء مجلس الإدارة هم أعضاء مستقلون.

 7 وضع مالي قوي وثقة
المستثمرين

نُفذت استراتيجية نمو الشركة بالتوازي مع إدارة مالية منضبطة. حققت شركة الماجد للعود نموًا قويًا في الإيرادات مع الحفاظ على هوامش ربح جيدة وتدفقات نقدية حرة مستقرة. ويوفر هيكلها الرأسمالي المحافظ ونموذجها منخفض النفقات الرأسمالية، وميزانيتها العمومية القوية مرونة لاقتناص فرص النمو دون المساس بالاستقرار المالي، مع الاستمرار في توزيع أرباح مرتفعة.

35
مليون \$ كنفقات رأس مالية في عام 2025
(ما يعادل 3% من الإيرادات)

صفر
قروض وديون

100%
تم تمويل
من النمو من خلال التدفقات
النقدية التشغيلية

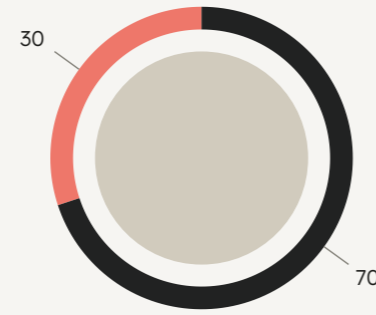
 8 إمكانات نمو في
سوق واعد

تعمل شركة الماجد للعود في سوق العطور الذي تدعمه عوامل هيكلية إيجابية، تشمل ارتفاع الدخل المتاح، وتوسع السياحة ضمن رؤية السعودية 2030، وزيادة استخدام التقنيات الرقمية، ونمو الطلب على المنتجات الفاخرة والشخصية. وبفضل علامتها التجارية الراسخة، ومنصتها القابلة للتوسع، وفهمها العميق للسوق، تتمتع الشركة بموقع مؤهل للاستفادة من هذه الاتجاهات ومواصلة توسيع حصتها السوقية إقليميًا وعالميًا.





ملكية الأسهم، %



- عائلة الماجد
- الأسهم الحرة

تعرف على المزيد في قسم
"حوكمة الشركات"

معلومات المساهمين

منذ إدراج أسهم شركة الماجد للعود في السوق المالية السعودية الرئيسية (تداول) في أكتوبر 2024، ارتفع سعر سهم الشركة بنسبة 41% حتى 31 ديسمبر 2025، بما يعكس ثقة المستثمرين القوية وتوقعات النمو المالي.

معلومات السهم

عدد الأسهم في 31 ديسمبر 2025: 25,000,000

تاريخ الإدراج: 7 أكتوبر 2024

سعر الإغلاق في 31 ديسمبر 2025: 132.3

السوق: السوق المالية السعودية الرئيسية "تداول"

القيمة السوقية في 31 ديسمبر 2025:
3,307,500,000

الرمز: 4165

رقم التعريف الدولي للأوراق المالية
(ISIN:SA164HF212H1)

تاريخ توزيعات الأرباح،

السنة المالية المنتهية في 31 ديسمبر 2025 (مقترحة) ¹	السنة المالية المنتهية في 31 ديسمبر 2024	
100,000,000	100,000,000	الأرباح المعلنة للفترة
100,000,000	0	الأرباح الموزعة عن السنة
4	4	توزيعات الأرباح للسهم
%64	%46	نسبة الأرباح الموزعة المعلنة إلى صافي ربح الشركة، %

¹ طبقاً لأعلان الشركة بتداول بتاريخ 24 مارس 2026 عن توصية مجلس الإدارة بتوزيع أرباح نقدية على المساهمين عن السنة المالية لعام 2025م

جهات الاتصال قسم علاقات المستثمرين

+966550167152



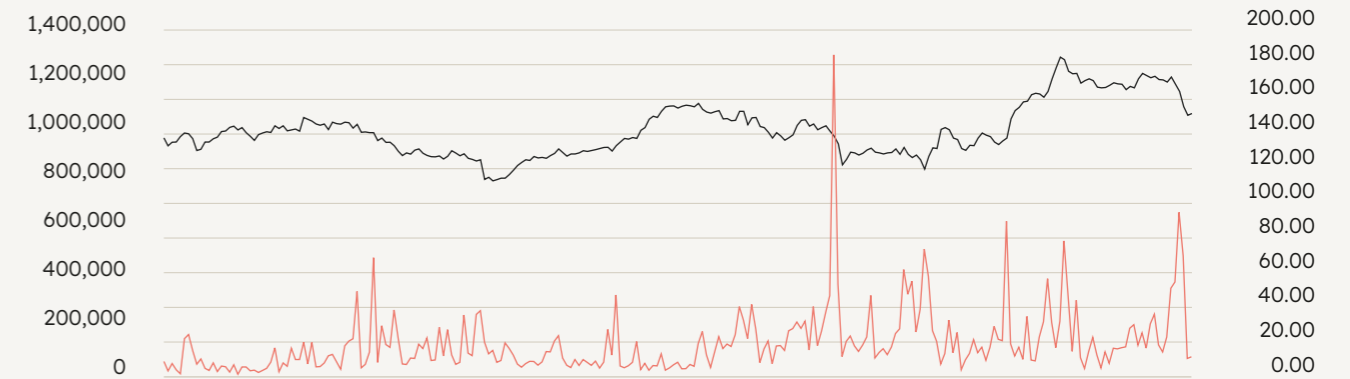
<https://investors.almajed4oud.com/ar/>



ir@almajed4oud.com



سعر السهم



- سعر السهم
- حجم التداول (المحور الأيمن)

أداء سعر السهم خلال عام 2025

146.0	سعر الافتتاح
132.3	سعر الإغلاق
179.4	أعلى سعر
106.4	أدنى سعر

التوجهات الاستراتيجية

استراتيجية توسع طموحة، تدعمها دقة التنفيذ.

ينصبّ تركيز الشركة الاستراتيجي على تحقيق نمو واسع النطاق يواكب التطور المتسارع في سوق العطور. وتستند الشركة في ذلك إلى قدرتها على تنفيذ أعمالها وفق نهج منضبط تلتزم فيه بتحسين تجربة العملاء وتحقيق القيمة على المدى الطويل.



ازداد عدد العلامات التجارية بنسبة

19% في عام 2025

نظرة عامة على السوق

تتمتع المملكة العربية السعودية ببيئة اقتصادية كلية تدعم نمو قطاعي السلع الاستهلاكية ومنتجات نمط الحياة، حيث يستمد هذا النمو زخمه من الزيادة السكانية، وارتفاع مستويات الدخل المتاح للإنفاق، والتوسع الحضري، بالإضافة إلى التحول نحو زيادة الإنفاق على السلع الكمالية. ويأتي هذا التطور مدفوعًا بمستهدفات رؤية السعودية 2030 الرامية إلى تنمية القطاع غير النفطي.

دور شركة الماجد للعود في السوق

المتخصصة التي تخدم شرائح محددة من المستهلكين. وفي ظل هذه البيئة التنافسية، تبرز الماجد للعود كعلامة إقليمية رائدة، مستفيدة من حضورها القوي في السوق، وتكامل عملياتها في مختلف مراحل سلسلة القيمة، وشبكتها الواسعة من متاجر التجزئة. وتتركز عمليات الشركة بشكل رئيسي في فئة المنتجات عالية الجودة.

ضمن هذا السوق المتنامي، تواصل شركة الماجد للعود تعزيز مكانتها كإحدى شركات العطور الرائدة في المملكة العربية السعودية. تضم الخارطة التنافسية في سوق العطور بالمملكة ودول مجلس التعاون الخليجي مجموعة متنوعة من العلامات التجارية الإقليمية العريقة التي تتمتع بآرث قوي وشبكات توزيع واسعة، إلى جانب دور العطور العالمية الفاخرة، فضلًا عن الشركات

نظرة عامة على السوق والقطاعات

يُعد سوق تجزئة العطور في المملكة العربية السعودية الأكبر في دول مجلس التعاون الخليجي. ووفقًا لتقديرات شركة يورومونيتور إنترناشيونال، من المتوقع أن يشهد هذا السوق نموًا سنويًا مركبًا يصل إلى 14% تقريبًا خلال الفترة ما بين 2024م و2029م، لتصل قيمته إلى نحو 18.5 مليار ٺ بحلول نهاية هذه الفترة. ويعود هذا النمو القوي إلى مكانة العطور والعود والبخور في الثقافة المحلية، فضلًا عن التقاليد العريقة لتبادل الهدايا في المناسبات الاجتماعية والوطنية.

كما يسهم الاتجاه المستمر نحو المنتجات عالية الجودة في دعم هذا النمو؛ إذ تستفيد المملكة، كونها واحدة من أغنى دول المنطقة، من ارتفاع مستويات الدخل المتاح للإنفاق، مما يدعم زيادة الإنفاق على منتجات العناية الشخصية الراقية والمخصصة.

تتأثر تفضيلات المستهلكين بشكل متزايد بالاتجاهات العالمية والإقليمية في قطاع المنتجات التجميلية، بما في ذلك الاهتمام بالتركيبات الطبيعية والعضوية. ونتيجة لذلك، يواصل المصنّعون ابتكار وطرح منتجات تتميز بتركييب عطرية فريدة، تجمع بين عناصر أصيلة من الموروث العربي - كالعود والورد - ونوتات عصرية مستوحاة من المدارس العطرية العالمية.

تسهم العوامل الديموغرافية أيضًا في دعم نمو القطاع على المدى الطويل؛ إذ تتمتع المملكة العربية السعودية بتركييب سكانية شابة، حيث تمثل الفئة العمرية دون سن الثلاثين نسبة كبيرة من السكان، وهي فئة تميل بشكل متزايد إلى استكشاف منتجات جديدة تتماشى مع أنماط الحياة المتطورة ومعايير الجمال العالمية. وفي السياق ذاته، يسهم النمو المستمر لقنوات التسويق الرقمي، والترويج عبر المؤثرين، ونماذج التجزئة متعددة القنوات في تسريع الوعي بالعلامات التجارية وتعزيز تفاعل المستهلكين في مختلف جوانب هذا القطاع.

¹ ووفقًا لتقديرات شركة يورومونيتور إنترناشيونال ليمتد (2025م).



الاستراتيجية ومؤشرات الأداء الرئيسية

تهدف استراتيجية شركة الماجد للعود إلى ترسيخ مكانتها الريادية في سوق العطور في المملكة العربية السعودية، إلى جانب توسيع نطاق حضورها إقليمياً ودولياً.

تستند استراتيجية الشركة إلى ثلاث ركائز أساسية هي:

- تعزيز حضورها في قطاع التجزئة مع تسريع وتيرة النمو عبر قنوات متعددة.
- التركيز على تنويع المنتجات وتحسينها لمراعاة أذواق وتطلعات العملاء، مع دفع عجلة الابتكار وبناء الشراكات الاستراتيجية.
- تعزيز استدامة العمليات وسلسلة القيمة من خلال الاستخدام الأمثل للموارد وتحقيق الأثر الاجتماعي الإيجابي.

التطلعات المستقبلية

تعتمد شركة الماجد للعود المضي قدماً في تنفيذ استراتيجيتها من خلال التوسع المدروس، والتطوير المستمر لمحفظة منتجاتها، والارتقاء بمستوى تميزها التشغيلي. وفي إطار ريكزتها الاستراتيجية الأولى، تخطط الشركة لمواصلة تعزيز حضورها في جميع أنحاء المملكة العربية السعودية، مع اتباع نهج انتقائي في التوسع إقليمياً ودولياً؛ وستستعين في ذلك بنموذج القنوات المتعددة الذي تعمل على تطويره باستمرار، كما ستستفيد من زيادة وصولها إلى العملاء عبر المتاجر والمنصات الرقمية على حد سواء.

وستواصل الشركة تنويع منتجاتها وتحسين تجربة العملاء من خلال تعزيز منظومة الابتكار لديها وزيادة منتجاتها لتتماشى مع التفضيلات المتغيرة

للمستهلكين. ويشمل ذلك المحافظة على معايير الجودة وتجربة العميل كأولوية استراتيجية، إلى جانب دراسة فرص التوسع في فئات مكملة لأعمالها.

وستظل الكفاءة التشغيلية والاستدامة من عوامل التمكين الرئيسية التي تدعم نمو الشركة على المدى الطويل، حيث تهدف الشركة إلى البناء على ما حققته من تقدم في أداء العمليات التصنيعية، وتحسين الجودة، وكفاءة استخدام الموارد، إلى جانب تعزيز حوكمة الاستدامة وعمليات إعداد التقارير لضمان المتابعة الدقيقة والشفافية والتحسين المستمر في جميع مراحل سلسلة القيمة.

الركيزة الاستراتيجية



التوسع في المملكة
وخارجها

- تعزيز الحضور الفعلي وعلى المنصات الرقمية، وتقديم وجهة تسوق متميزة توفر تجربة راقية وتفاعلية للعملاء.
- مواصلة التوسع وتعزيز الحضور داخل المملكة من خلال افتتاح متاجر جديدة في مواقع استراتيجية لم تدخلها بعد.
- زيادة قنوات البيع عبر المتجر الإلكتروني، وعقد الشراكات مع منصات التجارة الإلكترونية للوصول إلى عملاء من المنطقة والعالم.
- دخول أسواق جديدة في دول مجلس التعاون الخليجي وشمال أفريقيا وأوروبا وأمريكا الشمالية، سواء من خلال المشاركة في معارض دولية، أو افتتاح متاجر مملوكة، أو منح امتيازات تجارية، أو إبرام اتفاقيات تجارية.

التقدم المُحرز في عام 2025م



واصلت الشركة خلال عام 2025م تنفيذ استراتيجيتها التوسعية، مدعومةً بشبكة متكاملة من مراكز التوزيع والمستودعات؛ وقد وصلت إلى مواقع جديدة في المملكة، من بينها البكيرية والعيدياني والعارضه والمدنب، كما افتتحت 32 متجرًا جديدًا.

وعززت الشركة خلال هذه الفترة انتشارها الإقليمي والدولي من خلال زيادة حضورها في الأسواق، وساعدتها في ذلك سياسة البيع عبر قنوات متعددة بالإضافة إلى الشراكات الاستراتيجية. وفي عام 2025م، تجاوز عدد العملاء المسجلين في المتجر الإلكتروني 826,000 عميل، كما ارتفع إجمالي الطلبات عبر متجر الشركة الإلكتروني بنسبة 13% ليصل إلى أكثر من 325,000 طلب.

تعرف على المزيد في قسم "مبيعات القنوات المتعددة"



تنويع مجموعة المنتجات
والتحسين الذي يلبّي أذواق
العملاء

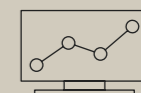
- الاستفادة من خبراتها الداخلية في صناعة العطور وشراكاتها الخارجية مع كبار المصنّعين الدوليين لتقديم مجموعة غنية ومبتكرة من المنتجات العطرية.
- صناعة منتجات عطرية تلبّي أذواق العملاء المتنوعة مع التركيز على الجودة العالية والثبات الذي يدوم.
- تحسين تجربة العملاء من خلال تقديم حلول تسوق سلسلة سواء في المتاجر أو عبر القنوات الرقمية، مما يعزز ولائهم للعلامة التجارية ويزيد من تفاعلهم معها.



واصلت الشركة في عام 2025م تنويع باقة منتجاتها، حيث ارتفع عدد العلامات التجارية إلى 157 علامة، مع إطلاق 71 منتجًا جديدًا.

كما استمر تركيز الشركة على تقديم منتجات عالية الجودة تلبّي التفضيلات المتغيرة للمستهلكين، لتجمع بذلك بين الهوية العطرية السعودية الأصيلة والاتجاهات العطرية الحديثة. وعلاوة على ذلك، طوّرت الماجد للعود نموذج التفاعل مع العملاء من خلال تطوير المنصات الرقمية وتحسين تجربة التسوق داخل المتاجر. كما قد بشكل التوسع في فئات المنتجات التجميلية المكملّة لأعمال الشركة جزءًا من أجندة نموها، بما في ذلك إمكانية القيام بعمليات استحواذ.

تعرف على المزيد في قسم "منتجاتنا"



التركيز على الجودة والكفاءة

- تحسين الكفاءة التشغيلية لزيادة الإنتاجية وخفض التكاليف دون التأثير على جودة المنتج.
- ضمان الشفافية المالية والتشغيلية بما يعزز قيمة الشركة ويدعم اتخاذ القرارات المبنية على البيانات.
- الالتزام بمبادئ الاستدامة البيئية من خلال التعاون مع جهات متخصصة، بما يعزز الاستخدام المسؤول للموارد ويحافظ على البيئة.
- تعزيز حوكمة الاستدامة والتقارير عبر تطوير عمليات جمع البيانات الداخلية، والارتقاء بمستوى اتساق وشفافية الإفصاحات المتعلقة بالاستدامة.



حققت الشركة في عام 2025م تحسُّنًا ملموسًا في عملياتها التشغيلية، حيث رفعت نسبة الاستفادة من الطاقة الإنتاجية للمصنع إلى 89%.

كما رفعت الشركة معدلات إعادة تدوير النفايات وإعادة استخدامها، مما يعكس تطور أنظمة ضبط الجودة لديها. وواصلت الشركة الاستثمار في تنمية مهارات القوى العاملة وتعزيز التوظيف، حيث حصلت على التصنيف "البلاتيني" في برنامج نطاقات، ويمثل الموظفين السعوديين نسبة 48% من إجمالي القوى العاملة في عام 2025م.

واستمرت الماجد للعود في تعزيز ممارسات الشفافية والحوكمة، بما يتماشى مع مسؤولياتها كشركة مدرجة في السوق المالية وتركيزها على كسب ثقة أصحاب المصلحة على المدى الطويل.

تعرف على المزيد في قسم "مراجعة الاستدامة"



نظرة عامة
عن الشركة

التوجهات
الاستراتيجية

مراجعة
الأداء

النتائج
المالية

تقرير
الحوكمة

إدارة المخاطر
والرقابة الداخلية

مراجعة
الاستدامة

الملحق

التقرير السنوي لعام 2025

استعراض الأداء

تميّز تشغيلي... والزخم في النمو.

يجسد أداء شركة الماجد للعود رسوخ إرثها وفعاليتها منظومتها التشغيلية. وخلال عام 2025، حققت الشركة نقلة نوعية ملموسة في ركائزها الأساسية، محوّلة تركيزها الاستراتيجي إلى نتائج عملية قابلة للقياس.

إطلاق **71** منتجًا جديدًا

2.7 مليون مشارك
في برنامج الولاء (بزيادة قدرها
50% مقارنة بالعام السابق)

معدل الرضا العام للعملاء
94.1%

40	منتجاتنا
50	تطوير المنتجات
51	خارطة طريق تطوير المنتجات
54	المبيعات متعددة القنوات
62	تجربة العملاء

منتجاتنا

طرحت الماجد للعود خلال عام 2025 تشكيلة متنوّعة ضمت 638 منتجًا عالي الجودة في فئات متعددة، منها العطور والعود والبخور والزيوت العطرية، والمنتجات النباتية والإكسسوارات والهدايا.

العناية الشخصية، إلى جانب منتجات نباتية مثل الزعفران واللبان، فضلًا عن الإكسسوارات والهدايا. كما تحرص الماجد للعود على تقديم تجربة استثنائية تليق بمكانتها في السوق في جميع منتجاتها، سواء المصنّعة داخليًا أو المورّدة من الخارج، من خلال تطبيق معايير صارمة في مراحل تطوير المنتجات وإنتاجها وتسويقها.

تتولى الشركة تطوير منتجاتها وتصنيعها في مصنعها بمدينة الرياض، وفق أفضل الممارسات العالمية، كما تستورد بعض المنتجات من موردين خارجيين مرموقين يطبقون معايير جودة صارمة. ويعزز هذا النموذج التشغيلي المتكامل مستويات الاتساق والموثوقية، ويضمن الحفاظ على أعلى درجات الحرفية في مختلف مراحل سلسلة القيمة.

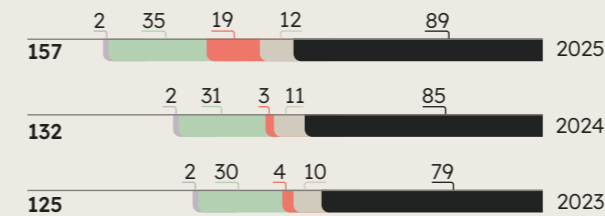
تعكس محفظة المنتجات التزام الشركة بالتنوع وتقديم تجربة متميزة للعملاء، إذ تشمل العطور الفاخرة والعود والزيوت العطرية والبخور ومعطرات الجو ومنتجات



توسّع تشكيلة المنتجات

ارتفع عدد العلامات خلال العام بنسبة 19% ليصل إلى 157 علامة، بما يعكس التطور المستمر لمحفظة الشركة.

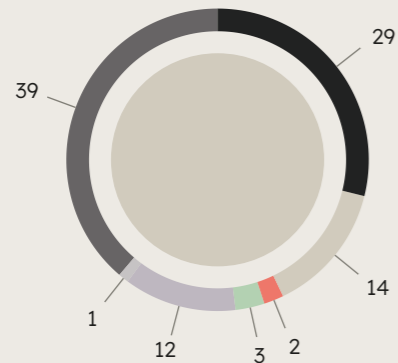
عدد العلامات التجارية



- العطور
- العود
- البخور
- الزيوت العطرية
- المنتجات النباتية



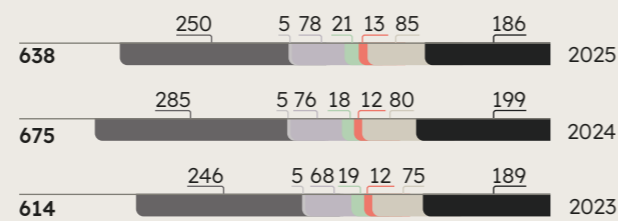
تشكيلة المنتجات في عام 2025, %



- العطور
- العود
- العود الاصطناعي
- البخور
- الزيوت العطرية
- المنتجات النباتية
- الإكسسوارات والهدايا

وفي الوقت ذاته، نفّذت الشركة مبادرة منهجية لتحسين تشكيلة المنتجات أسفرت عن تقليص إجمالي الأصناف بنسبة 5% ليصل إلى 638 منتجًا. وارتكزت هذه الخطوة على دمج الأصناف المتشابهة، ورفع كفاءة إدارة المخزون، وإعطاء الأولوية للأصناف الأعلى أداءً، دون التأثير في تنوّع الخيارات وجاذبيتها للعملاء.

عدد المنتجات (الأصناف)



- العطور
- العود
- العود الاصطناعي
- البخور
- الزيوت العطرية
- المنتجات النباتية
- الإكسسوارات والهدايا

العطور

بداية طرح الفئة:
1990



عدد العلامات التجارية (2025):
89



عدد المنتجات:
186

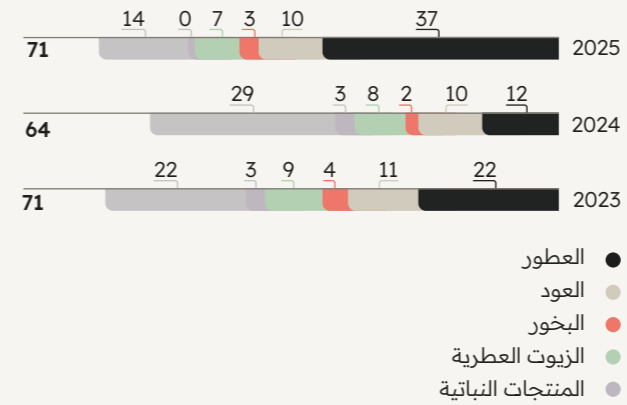
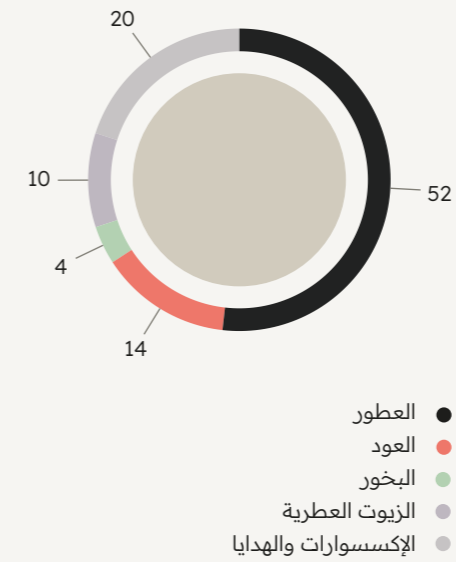


الحصة من إيرادات الشركة (2025):
%65

المنتجات الجديدة في
عام 2025

واصلت الشركة تركيزها على ابتكار المنتجات خلال عام 2025، فطرحت 71 منتجًا جديدًا محققة نموًا بنسبة 11% مقارنة بعام 2024. وشكّلت العطور والإكسسوارات 72% من إجمالي المنتجات الجديدة. ويؤكد هذا النهج المتوازن الذي يجمع بين الابتكار والانضباط في إدارة تشكيلة المنتجات التزام الشركة بتحقيق نمو مستدام، وضمان بقاء عروضها مواكبة لمتطلبات السوق وتغيّر أذواق المستهلكين، وقادرة على المنافسة.

المنتجات الجديدة المطروحة

المنتجات الجديدة المطروحة حسب الفئة في
عام 2025 (%)

منتجات العناية الشخصية

تتكون هذه المجموعة من معطرات الجسم وعطور الشعر والجسم للاستخدام المباشر، وتشمل علامة وود.

%4

من إيرادات الشركة من فئة العطور

معطرات الجو

عطور مخصصة لتعطير المكان، وتشمل علامة عطر جوك.

%2

من إيرادات الشركة من فئة العطور

العطور الشرقية

تضم توليفات مستوحاة من مكونات أصيلة مثل العود والورد والعنبر.

%4

من إيرادات الشركة من فئة العطور

العطور الغربية

تشمل هذه الفئة من العطور عائلات روائح الحمضيات والأزهار والقواكه والأخشاب، إلى جانب الفوجير والشيبير.

%90

من إيرادات الشركة من فئة العطور

لا يقتصر العطر على الرائحة الطيبة فحسب؛ بل هو بصمة شخصية وتعبير مكثف عن المزاج والهوية. وفي الماجد للعود، تمثل العطور الركيزة الأساسية لمحفظتنا المنتجات، والرافد الأكبر لإيرادات الشركة. ومن خلال تقديم عطور مركبة من مكونات طبيعية وصناعية وممزوجة بعناية، تتيح الشركة لعملائها اختيار الروائح التي تحاكي شخصياتهم وتلائم أنماط حياتهم وتعكس قيمهم الثقافية. ومنذ أولى المنتجات التي طرحتها الشركة في عام 1990، والتي اقتصرَت مبيعاتها على أربعة عطور فقط، واصلت الماجد للعود توسيع تشكيلة العطور لتضم 82 علامة تجارية و163 منتجًا في عام 2025.

وتتنوع المنتجات العطرية لتشمل عائلات وأنماطًا متعددة تجمع بين التوليفات الغربية والشرقية. وتستحوذ العطور الغربية على الحصة الأكبر من إيرادات

فئة العطور، بما يعكس فاعلية تنفيذ استراتيجية المنتجات الفاخرة. وفي المقابل، تضيف العطور الشرقية الغنية بمكونات مستوحاة من وحي المنطقة، مثل العود والورد والعنبر، عمقًا وبعْدًا ثقافيًا لتشكيلة المنتجات. وتُصنَّع جميع العطور في منشأة الشركة بمدينة الرياض باستخدام مواد خام عالية الجودة تُورَد من نخبة من الموردين المحليين والدوليين الموثوقين.

وخلال عام 2025، واصلت فئة العطور جني ثمار التركيز الاستراتيجي على الابتكار المتوازن؛ إذ أطلقت الشركة 37 منتجًا جديدًا، شملت إصدارات موسمية متزامنة مع شهر رمضان وموسمي الصيف والشتاء. كما رتخت عدة عطور مكانتها بوصفها روائح أيقونية بارزة ضمن تشكيلة الشركة وفي أوساط مجتمع العطور على نطاق أوسع، من أبرزها:

عطر نوار

عطر نوار: حائز على لقب العطر الأكثر شعبية في الشرق الأوسط لعام 2024، ويجسد براعة الشركة في الموازنة بين قوة العطر ورقبته. وهو عطرٌ غنيٌ يوقظ الحواس يجمع بين روائح التوت البري والعمق المتدرج للجلود والأخشاب والعنبر، ليستهووي أفئدة الباحثين عن حضور لافت وشخصية متفردة في عطورهم.

مقطع فيديو



عطر روز دي ماري

عطر روز دي ماري: وهو أحد المنتجات المطروحة في عام 2025، ويختزل الأنافة الخالدة لورد "بروفانس" في توليفة مُنعشة ومُتقنة. يُجسد هذا العطر رقة الأزهار وحضورها الدائم في آن واحد، ليعكس خبرة الشركة في الموازنة بين الإلهام الكلاسيكي وتطلعات العملاء نحو الأنافة والتفرد.

مقطع فيديو



عطر بوازيه

عطر بوازيه: وهو منتج جديد من المنتجات المطروحة في عام 2025، يمزج الخبرة الفرنسية الرفيعة مع نفس شرقي أصيل؛ إذ يتقدم البرغموت والبخور والبنفسج لتبرز لاحقًا نغمات خشب الأرز والباتشولي، مانحًا تجربة استثنائية توقظ الحنين وتضفي دفنًا مثاليًا على ليالي الشتاء.



عطر كاندي مسك

عطر كاندي مسك: يمزج هذا المنتج المطروح في عام 2025 بين سحر المسك وتوليفة رقيقة من الخوخ والفانيليا، ليمنح حلاوة لطيفة ويخلق هالة من العفوية والانطلاق تحاكي روح الشباب وتلبي تطلعاتهم.



عطر ميسترال

عطر ميسترال: يستهل إطلالته بنفحة انتعاش من البرغموت، تتناغم بسلاسة مع عبق اللافندر الباعث على السكينة، ويختتم بغنى العنبر، ليمنح إحساسًا منعشًا يحاكي نسيم البحر العليل.



عطر برستيچ بيرل

عطر برستيچ بيرل: أيقونة نسائية جديدة مفعمة بالأنافة؛ تبدأ بنفحات حيوية من الفلفل الورد، وتنتقل برقة إلى شذى الورد الناعم، ثم تستقر على قاعدة من الباتشولي الفاخر لتمنح العطر أبعادًا أعمق وجاذبية لا تقاوم.



العود

يُعد العود (خشب الأغان) من أثمن المواد الخام وأكثرها وقارًا في صناعة العطور، إذ يستمد قيمته العالية من عبقه الآسر، وتركيبته الغنية، وثباته الممتد. وعلى امتداد القرون وتتنوع الثقافات، لم يقتصر الاحتفاء بالعود على أريجه الفواح فحسب، بل شمل أيضًا رمزيته العميقة وأهميته التاريخية.

وفي الماجد للعود، يمثل العود فئةً جوهريّة تتأصل فيها عراققة الإرث وبراعة الحرفة. ومنذ بدء طرح منتجات العود، نجحت الشركة في تطوير تشكيلة واسعة تضم 85 منتجًا من العود الطبيعي و13 منتجًا من العود الصناعي تحت مظلة 12 علامة تجارية، متوفرة بأوزان متعددة لتلبية تفضيلات عملائنا الكرام. ولا يزال العود يشكل إحدى ركائز الأعمال الاستراتيجية وثاني أكبر فئات المنتجات، إذ أسهم بنسبة 12% من إجمالي إيرادات الشركة لعام 2025.

وتستورد الماجد للعود خامات العود من ثلاثة موردين عالميين، مع الاعتماد بصورة رئيسية على إندونيسيا بصفتها من أبرز مصادر راتنج خشب الأغان الفاخر. ومن خلال منتجات العود المتميزة في هذا القطاع، تواصل الشركة احتفاءها بإرثها العريق، مقدّمة منتجات تلامس التراث الثقافي الأصيل وتناسب، في آنٍ واحدٍ، الأذواق العصرية.

بداية طرح الفئة:
1956



عدد العلامات التجارية (2025):
12



عدد المنتجات:
98



الحصة من إيرادات الشركة
(2025): **12%**



البخور

يتبوأ البخور مكانة مرموقة في ثقافة المملكة العربية السعودية والخليج، إذ يرتبط ارتباطًا وثيقًا بتقاليد الضيافة والمجالس وممارسات الحياة اليومية، ويضفي على الأجواء طابعًا من الدفء والترحاب.

وبدأت الماجد للعود طرح منتجات البخور عام 1990 في خطوة هدفت إلى توسيع محفظة المنتجات العطرية لتتجاوز العطور والعود الطبيعي. وفي عام 2025، قدّمت الشركة 21 منتجًا من البخور بعبوات جاهزة بأوزان تتراوح من 28 إلى 56 جرامًا، بما يضمن سهولة الاستخدام وملاءمته لاحتياجات العملاء.

وتُصنّع منتجات البخور بعدة أشكال تقليدية، صُمم كل منها ليلائم تفضيلات واستخدامات محددة:

- دخون: يتكون من عود خشبي مطحون ممزوج بزيت عطرية، ويُحرق على هيئة مسحوق لتعطير المساحات المفتوحة.
- مبسوس: يتكون من رقائق العود الطبيعي مع زيوت عطرية، ويُستخدم لتعطير المنازل وللإستخدام الشخصي.
- معمول: من أكثر الأشكال تميزًا؛ يتكون من مسحوق عود عالي الجودة ممزوج بزيت عطرية فاخرة، ويُعجن ويُشكّل على هيئة كرات صغيرة لتقديم تجربة أكثر تركيزًا وثرًا عطريًا.

بداية طرح الفئة:
1990



عدد العلامات التجارية (2025):
19



عدد المنتجات:
21



الحصة من إيرادات الشركة
(2025): **6%**



الزيوت العطرية

تمثل الزيوت العطرية المركزة الخالية من الكحول والمخصصة للاستخدام الشخصي أحد أعرق أشكال العطور. وتُقدّر هذه الزيوت لغناها وثباتها الطويل، إذ تمنح تجربة عطرية عميقة وغامرة، سواء في المساحات المفتوحة أو في الاستخدام الشخصي.

وتضم محفظة الزيوت العطرية الأساسية لدى الماجد للعود مجموعة كبيرة من التركيبات، تمتد من الزيوت الشرقية المشبعة بمكونات تقليدية مثل العود والورد والعنبر، إلى الزيوت الفرنسية التي تتبع ستة توجهات عطرية رئيسية: الحمضيات والأزهار والفواكه والأخشاب والفوجير والشيبير.

وبدأت الشركة بيع الزيوت العطرية في عام 1990 بثلاثة منتجات فقط، ثم شهدت هذه الفئة توسعًا ملحوظًا لتصل في عام 2025 إلى 35 علامة و78 منتجًا. وتُطرح الزيوت في عبوات بأحجام دقيقة تتراوح من 3 إلى 12 مل، بما يعكس طبيعتها المركزة ومكانتها الفاخرة. ومن أبرز العلامات في هذه الفئة: دهن عود الماجد وود ومسك ودهن مخلط الماجد، إذ ضُمت كل علامة بعناية لتلبية مختلف الأذواق والتفضيلات.

بداية طرح الفئة:
1990



عدد العلامات التجارية (2025):
35



عدد المنتجات:
78



الحصة من إيرادات الشركة
(2025): **6%**



الإكسسوارات والهدايا

إثراءً لرحلة العميل وتعزيزًا لثقافة التهادي المتأصلة، تقدّم الماجد للعود تشكيلة واسعة من الإكسسوارات والهدايا المرتبطة بالعطور. وتُعد هذه الفئة ثالث أكبر الفئات من حيث الإيرادات، وتشمل منتجات، مثل المباخر، وإكسسوارات العرض، وعلب الهدايا المخصصة لعطور الشركة ومنتجات العود والبخور والزيوت العطرية.



المنتجات النباتية

إلى جانب تشكيلة المنتجات العطرية، تقدّم الماجد للعود مجموعة منتقاة بعناية من المنتجات النباتية، تشمل الزعفران الطبيعي المستخلص من خيوط زهرة الزعفران، والمقدّر في صناعة العطور وفنون الطهي، إضافة إلى اللبان الطبيعي المستحصل من شجرة اللبان، والذي يُستخدم على نطاق واسع بوصفه بخورًا. وتُكمل هذه المنتجات التشكيلة العطرية المطروحة من الشركة من خلال توسيع التجربة الحسية إلى ما يتجاوز الرائحة، لتلامس طقوس الضيافة اليومية وعادات العافية الأصيلة.

بداية طرح الفئة:
1982



عدد العلامات التجارية (2025):
2



عدد المنتجات:
5



الحصة من إيرادات الشركة
(2025): **1%**



بداية طرح الفئة:
1990



عدد المنتجات:
250



الحصة من إيرادات الشركة
(2025): **10%**



تطوير المنتجات

يمثل تطوير المنتجات في الماجد للعود عملية مؤسسية محكمة تركز على تحقيق الجودة. وينطلق هذا النهج من مبدأ راسخ يقوم على ابتكار عطور ومنتجات مرتبطة بها تتسم بالأصالة والرفق، وتواكب تفضيلات العملاء المتغيرة، مع الالتزام بأعلى معايير السلامة والأداء والامتثال للأنظمة واللوائح ذات الصلة.

النهج المتبع

تعمل إدارة تطوير المنتجات عن كثب مع وحدة البحث والتطوير لاستحداث منتجات جديدة والارتقاء بالمنتجات القائمة، ضمن إطار تشغيلي متكامل يوازن بين الإبداع والانضباط التشغيلي.

خارطة طريق تطوير المنتجات

في عام 2025، طوّرت الشركة خارطة طريق شاملة لتطوير المنتجات استنادًا إلى تحليل السوق، وتقييم وضع المنافسين، ومراجعة الأداء الداخلي، وإجراء أبحاث تفصيلية. وأسهمت هذه الجهود في صياغة رؤية واضحة تتكامل مع الرؤية المؤسسية والأهداف الاستراتيجية لشركة الماجد للعود.

أنجز **69** مشروعًا

ضمن خارطة طريق تطوير
المنتجات في عام 2025

وتولت إدارة تطوير المنتجات تصميم جميع المشاريع المدرجة في خارطة طريق عام 2025 والتخطيط لها بالكامل داخليًا، دون الاستعانة بأي جهات خارجية. ويعكس هذا النهج اعتماد الإدارة منذ تأسيسها على الكفاءات الوطنية الداخلية لتعزيز فهم هوية العلامة وترسيخ اتساق الرؤية، إلى جانب ترشيد الإنفاق ورفع كفاءة توظيف الموارد. وقد نُفذت نسبة 100% من مشاريع خارطة الطريق ضمن الإطار الزمني المخطط له خلال عام 2025.

إدارة الجودة

تعتمد الماجد للعود منظومة متكاملة لإدارة الجودة متوافقة مع معايير الأيزو، بما يضمن إحكام الرقابة في مختلف الأنشطة التشغيلية. وتُدار منظومة ضمان الجودة عبر وحدتين متكاملتين، هما: وحدة مراقبة الجودة التي تتحقق من سلامة المدخلات قبل بدء عمليات التصنيع، ووحدة ضمان الجودة التي تتولى التحقق من استيفاء العمليات أثناء الإنتاج وبعده للمعايير المعتمدة. وقد حازت الشركة على عدد من الشهادات الرئيسية، من أبرزها:

كما تلتزم الشركة بالأنظمة والمعايير الرقابية ذات الصلة، بما في ذلك متطلبات الهيئة العامة للغذاء والدواء ومتطلبات المركز الوطني للرقابة على الالتزام البيئي.



الشراكات

إلى جانب مواردها الداخلية، تتعاون الماجد للعود مع كبرى الشركات العالمية المتخصصة في مكونات العطور والنكهات، ومنها فيرمينيتش (سويسرا)، وجيفودان (سويسرا)، وهي أكبر شريك للشركة، وإتيرناشونال فليغورز أند فراجرنسز (الولايات المتحدة/ هولندا)، وسيمرايز (ألمانيا)، وماني (فرنسا). وتتيح هذه الشراكات الوصول إلى خبرات عالمية المستوى، وحلول مكونات مستدامة، ومواد خام مسؤولة بيئيًا، بما يدعم الابتكار ويعزز اتساق المنتجات في آن واحد. ومن خلال الجمع بين الخبرات العطرية العالمية والقدرات المحلية، والاعتماد على موردين موثوقين محليًا ودوليًا، تتمكن الشركة من تطوير روائح متفردة تستلهم أصالة التراث الإقليمي وتلبي في الوقت ذاته تطلعات التفضيلات العالمية.

شهادة ممارسات التصنيع الجيدة (GMP) لضمان الإنتاج المستمر وفق معايير الجودة العالمية.



شهادة ISO 9001:2015 لضمان إدارة الجودة وتحسين العمليات الإنتاجية.



علامة الجودة الإماراتية، وهي علامة مطابقة للمنتجات الملتزمة بالمعايير الإقليمية والدولية، وتؤكد تطبيق نظام فعال لإدارة الجودة في المصنع.



مراحل تطوير منتجات الشركة



قدرات المختبرات المتقدمة

يرتكز الابتكار في الماجد للعود على بنية مختبرية متطورة صُممت لضمان أعلى مستويات الجودة والسلامة والدقة. وقد أنشأت الشركة مختبرات حديثة تحت إشراف إدارة تطوير المنتجات، تُمكّنها من إجراء اختبارات دقيقة في كل مرحلة من مراحل التصنيع.

- المختبر الميكروبيولوجي: يضمن خلو المنتجات من أي تلوث ميكروبي، حفاظًا على سلامة المستهلك.
- المختبر الكيميائي: يجري اختبارات متقدمة للزيت العطرية للتحقق من مطابقتها للمعايير السعودية والدولية، باستخدام تقنيات حديثة، مثل كروماتوغرافيا الغاز المقترنة بمطياف الكتلة (GC-MS).
- المختبر الفيزيائي: ينفذ تحليلات فيزيائية وكيميائية تفصيلية عبر مراحل التصنيع المختلفة، لضمان الامتثال لأعلى معايير الجودة العالمية.

وتتكامل هذه المختبرات بصورة وثيقة مع عمليات المصنع، إذ تسهم في اعتماد المشتريات، والتحقق من مطابقة الإنتاج، وضمان التزام التعبئة والتغليف بالاشتراطات، إضافة إلى تطوير تركيبات عطرية متفوّدة. كما تحتفظ الشركة بمكتبة عطرية داخلية شاملة تُستخدم مرجعًا فنيًا لضمان المطابقة والاعتماد قبل بدء الإنتاج بكميات كبيرة.

وفي عام 2025، نفذت الماجد للعود تحديثًا شاملًا للمختبرات الثلاثة. فقد جُهّز المختبر الكيميائي بأجهزة تحليل متقدمة، في مقدمتها نظام كروماتوغرافيا الغاز المقترنة بمطياف الكتلة لتحليل البصمة العطرية، وجهاز مطيافية الأشعة تحت الحمراء بتحويل فورييه للتحقق من هوية المواد الخام ونقاوتها، إلى جانب اختبارات نقطة الوميض لتقييم متطلبات السلامة، وأجهزة قياس معامل الانكسار لضمان ثبات التركيبات.

كما جرى تطوير المختبر الفيزيائي بأدوات متقدمة لقياس الكثافة واللزوجة والرطوبة ومحتوى الماء، وهي معايير أساسية لضمان استقرار المنتج وأدائه طوال دورة التطوير. وفي السياق نفسه، جرى تعزيز المختبر الميكروبيولوجي لدعم الاختبارات المتوافقة مع ممارسات التصنيع الجيدة، بما يضمن التحقق من سلامة المنتجات عبر المراقبة المستمرة ومنع التلوث في جميع مراحل الإنتاج.

وأسهمت هذه التحديثات خلال عام 2025 في تعزيز اتساق التركيبات، ورفع مستوى الضبط في معايير السلامة، وتقليص الانحرافات التشغيلية من خلال الكشف المبكر واتخاذ الإجراءات التصحيحية المناسبة. وبلغت كفاءة فحص المواد الخام مستوى ستة سيجم (99.999%)، بما يضمن دخول المواد المطابقة فقط إلى دورة الإنتاج. وانعكس ذلك على ترسيخ قدرة الشركة على تقديم منتجات آمنة وعالية الجودة بعمر افتراضي أطول، بما يضمن للعملاء تجربة موثوقة ومتسقة.

وبفضل هذه المنظومة المخبرية المطوّرة، أصبحت المختبرات ركيزة أساسية ممكّنة لعملية تطوير المنتجات، لضمان خضوع جميع المنتجات الجديدة لتقييمات صارمة وامثالها للمتطلبات التنظيمية وتمتعها بجودة متسقة.

حماية حقوق الملكية الفكرية والعلامة التجارية

تولي الماجد للعود اهتمامًا بالغًا بحماية حقوق الملكية الفكرية ضمن توجهها لتعزيز القدرة التنافسية وصون الهوية التجارية. وفي هذا الإطار، سجّلت الشركة علاماتها التجارية في المملكة وفي 17 دولة أخرى، بما يعزّز حماية علامتها وترسيخ حضورها في الأسواق الرئيسية.

وضمن استراتيجية إدارة العلامات التجارية، تواصل الشركة تعزيز علاماتها الأساسية وتطوير تصاميم منتجاتها بما يدعم قدرتها على المنافسة على المدى الطويل. وبلغ عدد العلامات التجارية المسجّلة للماجد للعود 112 علامة خلال عام 2025 (بزيادة نسبتها 26% مقارنة بالعام السابق)، تشمل 194 منتجًا (بزيادة نسبتها 12% عن العام السابق)، إلى جانب ثلاث علامات تسويقية تستخدم في الحملات الترويجية.

كما ارتفع عدد النماذج الصناعية المسجّلة التي تحمي تصاميم المنتجات وعبواتها بنسبة 33% ليصل إلى 12 نموذجًا، مع تجديدها وفق المتطلبات والإجراءات المعتمدة لدى الهيئة السعودية للملكية الفكرية.

سلاسل الإمداد والإنتاج

تُنجَز جميع عمليات التصنيع في مصنع الشركة المتكامل بمدينة الرياض، الذي افتُتح عام 2012 وتوسّع في عام 2019. ويمتد المصنع على مساحة 4,000 م²، وقد صُمم بوصفه مركز إنتاج شاملًا يضم خطوط الإنتاج الرئيسية تحت سقف واحد.

وتبلغ الطاقة الإنتاجية للمصنع 50,000 وحدة يوميًا، ويعمل به نحو 130 موظفًا. ويضم المصنع ثلاثة خطوط إنتاج تجمع بين التعبئة الآلية للعطور والتعبئة اليدوية للعود والبخور، بما يحافظ على اللمسة الحرفية في المنتجات التي تتطلب عناية فائقة بأدق التفاصيل.

وخلال عام 2025، تحسّنت الكفاءة التشغيلية للمصنع عبر الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة، مما أسفر عن ارتفاع معدل استغلال الطاقة الإنتاجية بمقدار 19 نقطة مئوية ليصل إلى 89%.

ويضم المصنع مستودعًا مجهزًا وفق أعلى معايير التخزين، بما يضمن تدفقًا سلسًا للمواد الخام والمنتجات النهائية. وتضم الشبكة 10 مستودعات متكاملة تبلغ طاقتها التخزينية الإجمالية 12,924 طبلية (بزيادة قدرها 22% مقارنة بالعام الماضي) وأكثر من 445,000 كرتونة. وتُدار المستودعات وفق معايير تشغيلية صارمة، مع الحفاظ على درجات حرارة لا تتجاوز 26°م لضمان جودة المنتجات وسلامتها.

وتدير الشركة عمليات الشحن داخل المملكة العربية السعودية عبر أسطول يضم 45 شاحنة تغطي 40 مسارًا يوميًا بمتوسط طاقة يومية يبلغ 135 طنًا. وقد جُهّز الأسطول بنظام تتبع على مدار الساعة لكل شاحنة، إلى جانب نظام تسليم واستلام عالي الموثوقية. وإضافة إلى ذلك، تعتمد الشركة على شركاء لوجستيين لتوصيل الطلبات الإلكترونية داخل المملكة وخارجها، بما يعزز كفاءة التوصيل ويُسهم في استدامة سلسلة الإمداد.

معدل استغلال الطاقة الإنتاجية للمصنع في عام 2025: **89%**



أعماق العطر: رحلة تصنيع العطور

تُعد العطور من أكثر منتجات الشركة تعقيدًا من الناحية التقنية، إذ تتطلب ضبطًا دقيقًا عبر مراحل متعددة قبل الوصول إلى صورتها النهائية وعبيرها المميز. ويمر كل عطر بسلسلة من المراحل الإنتاجية المتتابعة على النحو الآتي:

• مرحلة الخلط والتجانس

في هذه المرحلة، تُخلط مكونات مثل الكحول والزيوت العطرية والمواد الحافظة وعوامل التثبيت بنسب دقيقة للوصول إلى التركيبة المستهدفة.

• مرحلة التعتيق والتخمير

يُحفظ المنتج في درجات حرارة منخفضة، وتُنقى قاعدة الكحول لتعزيز الجودة الكاملة للزيوت العطرية ودعم ثبات المنتج على المدى الطويل أثناء الاستخدام.

التميّز التشغيلي

لا تنظر الماجد للعود إلى التميّز التشغيلي بوصفه مبادرة منفصلة، بل باعتباره منهج عمل منضبطًا يضمن الاتساق والكفاءة والجودة عبر مراكز الشركة وفروعها المتنامية في أسواق المنطقة. وخلال عام 2025،

نجحت الشركة في توحيد الإجراءات التشغيلية الأساسية ورفع كفاءتها على امتداد المتاجر وسلاسل الإمداد ووحدات الإنتاج. ركزت هذه المبادرة بشكل جوهري على إدارة المخزون من خلال سلاسل الإمداد. إذ أسهم تطوير منهجيات التخطيط وتعزيز الرقابة على المخزون في رفع توافر المنتجات، والحد من الهدر، وتقليص المخزون الفائض.

كما أدت الاستثمارات في المنصات التشغيلية والأدوات الرقمية إلى تحسين شفافية البيانات وتعزيز دقة التقارير وتمكين اتخاذ قرارات أسرع عبر مختلف الإدارات. وأسهمت هذه التطويرات في رفع مستوى التنسيق بين المبيعات والإنتاج وسلاسل الإمداد، ما منح الشركة مرونة أعلى للاستجابة للتغيرات المتسارعة في السوق.

وظلّت الجودة والامتثال ركيزتين أساسيتين للعمليات التشغيلية، إذ مكّن الرصد المستمر، عبر مؤشرات أداء رئيسية واضحة ومراجعات أداء منظمة، من الكشف المبكر عن أوجه القصور وترسيخ ثقافة التحسين المستمر.

• مرحلة الترشيح

يُبرّد المزيج إلى درجة قد تصل إلى 5 درجات مئوية تحت الصفر، بما يتيح إزالة الشوائب من خلال مرشحات عالية الكفاءة.

• مرحلة التعبئة والتغليف

تُنفَذ عملية التعبئة باستخدام معدات متقدمة ووفق ممارسات التصنيع الجيدة، ثم تُعبأ المنتجات بحسب المواصفات باستخدام التغليف الحراري أو غيره من الأساليب المناسبة، قبل نقلها إلى المستودعات بصورتها النهائية الجاهزة للطرح في الأسواق.

قنوات البيع

تبيع الماجد للعود منتجاتها عبر خمس قنوات رئيسية:

أكشاك البيع المؤقتة والمبيعات المرتبطة بالفعاليات

تتيح الأكشاك الموسمية في المعارض والمهرجانات والفعاليات التجارية فرصة استثنائية للتواصل المباشر مع العملاء في أماكن وأوقات الذروة. وتكتسب هذه القناة أهمية خاصة في قطاع التجزئة بدول الخليج، إذ تسهم الفعاليات والمواسم في تشكيل ملامح الطلب وتوجيهه.

شبكة منافذ البيع بالتجزئة المملوكة للشركة (المتاجر وأكشاك البيع الدائمة)

تظل هذه القناة الركيزة الأساسية للأعمال، إذ توفر حضورًا فعليًا دائمًا يتيح للعملاء استكشاف المنتجات، واقتناء الهدايا، وتكرار تجربة الشراء بسهولة.

منصات التجارة الإلكترونية التابعة لجهات خارجية

تطرح الشركة منتجاتها عبر عشر منصات بارزة لتوسيع الانتشار والوصول إلى العملاء في الوجهات التي يفضلون التسوق منها، وهي: أمازون السعودية، وأمازون الإمارات، وجولدن سنت، ونايس ون، وبوتيكات، ومرسول، وهنقرستيشن، ونون الإمارات، ونون السعودية، ووجوه السعودية.

المتجر الإلكتروني وتطبيق الهاتف الجوال

تتعامل الماجد للعود مع القناة الرقمية بوصفها قناة تشغيلية متكاملة، لا مجرد واجهة بيع إضافية؛ إذ تدير منظومة التجارة الإلكترونية داخليًا، بما يشمل العمليات التشغيلية وتلبية الطلبات وتطوير البرمجيات وتقديم الدعم الفني. وتضم هذه القناة متجرًا إلكترونيًا سريع النمو وتطبيقًا متكاملًا للهواتف الجوال.

مبيعات أخرى (قطاع الأعمال وكبار العملاء الأفراد)

عبر وحدة بيع متخصصة، تلبى الماجد للعود طلبات الشركات والجهات الحكومية وكبار العملاء الأفراد، مقدمة لهم حلول بيع وهدايا مصممة وفقاً لاحتياجاتهم.

المبيعات متعددة القنوات

يرتكز نموذج البيع في الماجد للعود على فكرة واضحة: تمكين العملاء من استكشاف المنتجات وشراؤها وإعادة شرائها بالطريقة الأنسب لهم، سواء عبر المتاجر الرئيسية، أو الأكشاك الموسمية خلال فترات الذروة، أو عبر متجر الشركة الإلكتروني وتطبيقها للهواتف الجوال، أو من خلال منصات تجارة إلكترونية موثوقة.

النهج المتبع

• الملاءمة: سرد موسمي للعلامة، وإطلاق منتجات مميزة، وإنتاج محتوى مناسب لكل منصة، بما يحافظ على الحضور الثقافي للعلامة وفعاليتها التجارية.

وعلى المستوى التشغيلي، يستند تنفيذ هذه الاستراتيجية إلى تبني ممارسات متكاملة لتخطيط المبيعات والعمليات، بما يعزز مرونة سلسلة الإمداد، وعملية اتخاذ القرارات، ويمكن من إطلاق المنتجات بوتيرة أسرع وأكثر موثوقية.

تُطبّق استراتيجية المبيعات متعددة القنوات في الأسواق الرئيسية للشركة بدول مجلس التعاون الخليجي، وتمتد عبر شركة "الماجد العالمية" ليصل إلى العملاء الدوليين. وقد صُمم هذا النظام لتحقيق ثلاث نتائج رئيسية:

- الاتساق: هوية مؤسسية موحدة وتجربة خدمة عالية الجودة عبر جميع نقاط البيع والخدمة، سواء كانت تقليدية أو رقمية.
- القابلية للتوسع: شراكات رقمية فعالة، وانضباط في تخطيط المبيعات والعمليات، وقدرات إنجاز للطلبات تدعم النمو دون تحميل التشغيل أعباء إضافية.





أكثر من
826,000
عميل مسجل في المتجر الإلكتروني
في عام 2025

تعزف على المزيد في قسم "التحول الرقمي"

القناة الرقمية

انطلق المتجر الإلكتروني للشركة عام 2018، ليواصل منذ ذلك الحين توسعه في العديد من أسواق دول مجلس التعاون الخليجي عبر مراكز عمليات مستقلة؛ إذ دُشنت عمليات الكويت عام 2021، تلتها البحرين والإمارات عام 2022، ثم عُمان عام 2023. وفي العام نفسه، أطلقت منصة "الماجد جلوبال" لخدمة 22 دولة خارج نطاق التواجد الفعلي للشركة، من بينها قطر والأردن والولايات المتحدة والمملكة المتحدة وألمانيا وإسبانيا وإيطاليا وفرنسا وهولندا. كما طُوّر التطبيق الذكي للهواتف الجواله بالكامل داخليًا، وأتيح عبر App Store و Google Play (لمزيد من التفاصيل، يُرجى الاطلاع على قسم "التحول الرقمي" أدناه).

وخلال عام 2025، تجاوز عدد العملاء المسجلين في المتجر الإلكتروني 826,000 عميل، فيما ارتفع إجمالي الطلبات المنفذة عبر المتجر الإلكتروني بنسبة 13% ليتجاوز 325,000 طلب.

وحقق التطبيق الذكي أداءً لافتًا خلال عام 2025؛ إذ تجاوز 900,000 عملية تنزيل، وحافظ على تقييم مرتفع بلغ 4.7 من 5، كما سُلمت 26% من الطلبات الإلكترونية بوتيرة فائقة السرعة عبر خدمة التوصيل المباشر من الفروع.

التسويق

نُصِّم الحملات التسويقية في الماجد للعود بعناية لاستهداف شريحة واسعة ونشطة تجاريًا من الرجال والنساء، ضمن الفئة العمرية من 18 إلى 50 عامًا فأكثر، بما يعكس تنوع قاعدة عملائها في دول مجلس التعاون الخليجي.

وتبني الشركة استراتيجية تسويقية متكاملة توظف مختلف القنوات، بدءًا من منصات التواصل الاجتماعي، مرورًا بالقنوات التقليدية والفعاليات الترويجية، وصولًا إلى الإعلانات الخارجية، بما يعزز سرعة وصول المنتجات الجديدة إلى السوق فور إطلاقها.

وضمن هذا الانتشار، تبني الشركة نهجًا يستند إلى فهم دقيق لاحتياجات الشرائح المختلفة، وتوجيه الرسائل التسويقية بما ينسجم مع تفضيلات كل فئة. فعلى سبيل المثال، يُمنح العود والبخور حضورًا أكبر لدى العملاء الأكبر سنًا، استلهامًا من عراقة التراث والطقوس الأصيلة والعمق الذي تتسم به روائحها. وفي المقابل، تُستخدم العطور لاستقطاب فئة الشباب عبر منتجات أكثر عصرية وحملات حديثة ومحتوى مهيأ للمنصات الرقمية، بما يواكب الإيقاع السريع والتفضيلات المتجددة لجيل شديد الارتباط بالإنترنت وشغوف بأحدث الصيحات.

وبوجه عام، اتسم الأداء التسويقي خلال عام 2025 بزخم واضح انعكس في مؤشرات نشاط ملموسة؛ إذ أثمرت جهود الشركة عن تنفيذ 4 حملات ترويجية كبرى، وإطلاق 5 عطور جديدة، وتطوير أكثر من 52 منتجًا مُحسَّنًا، وتدشين 3 حملات ترويجية مصغرة خارج مواسم الذروة، وتفعيل 12 شراكة استراتيجية على المستويين المحلي والدولي.

الحملات الموسمية

يُدار النشاط التسويقي في الماجد للعود بوصفه منظومة تجارية متكاملة ترتبط ارتباطًا وثيقًا بالتقويم السنوي للمبيعات، وتتمحور المنتجات التي تطرحها الشركة حول الوتيرة الموسمية؛ إذ تحظى المنتجات البارزة بحملات تسويقية شاملة عبر جميع القنوات، بما يرسخ القصة التسويقية نفسها لدى العميل عبر مختلف نقاط التواصل.

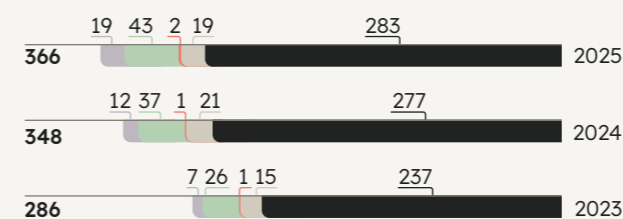
وفي عام 2025، حققت الشركة أداءً تسويقيًا لافتًا اتسم بكثافة النشاط، جمع بين إطلاق منتجات موسمية أيقونية جديدة، والحضور المستمر على القنوات الرقمية، وتوظيف المؤثرين بأساليب مبتكرة. ويأتي ذلك ضمن توجه استراتيجي لتعزيز قيمة العلامة التجارية وتسريع وتيرة النمو ضمن منظومة القنوات المتعددة. وقد ارتكزت استراتيجية الحملات على ربط إطلاقات العطور الرئيسية بالمحطات الأساسية في تقويم المستهلك، بما يضمن تقديم قصة منتج متفردة في كل موسم، مدعومة بحضور بصري وإعلاني متكامل عبر جميع المنصات. وقد شكّلت الحملات الموسمية رافدًا رئيسيًا لمبيعات الشركة؛ إذ شكّلت 79% من الإيرادات في عام 2025.

وقد شملت الحملات الكبرى في عام 2025:

- حملة شهر رمضان: تميزت بعروض ركزت بصورة أكبر على العود والبخور والمنتجات الجديدة المطروحة.
- حملة الصيف (عيد الأضحى): ركّزت على إبراز العطور الصيفية الجديدة وتعزيز حضور العلامة التجارية.
- حملة اليوم الوطني: صُممت لتعزيز الارتباط الثقافي وخلق فرص استثنائية لرفع معدلات التحويل.
- حملة نهاية العام: تضمنت باقة مميزة من منتجات موسم الشتاء.

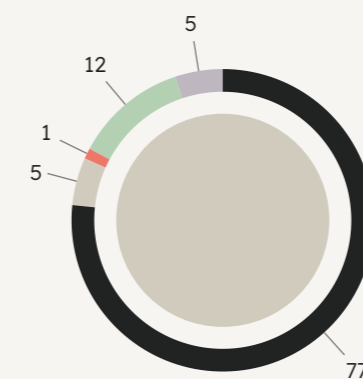


المتاجر الدائمة



- المملكة العربية السعودية
- الكويت
- البحرين
- الإمارات العربية المتحدة
- عُمان

المتاجر الدائمة حسب الدولة في 2025، %



- المملكة العربية السعودية
- الكويت
- البحرين
- الإمارات العربية المتحدة
- عُمان

المتاجر الفعلية

لا يأتي توسع الماجد للعود في شبكة متاجرها الفعلية بوصفه سباقًا عدديًا، بل توسعًا نوعيًا هادفًا. وتتحقق تطورات النمو عبر حزمة متكاملة تجمع بين افتتاح فروع جديدة، والارتقاء بأداء الفروع دون المستوى المستهدف، والتمركز في مواقع مختارة بعناية تتمتع بمقومات سكانية وتجارية راسخة.

وتواصل الشركة تعزيز حضورها في قطاع التجزئة بانضباط ورؤية تجارية واضحة، تقودها إدارة متخصصة في العقارات والتطوير تتولى التقييم الدقيق لكل موقع محتمل. وتبدأ رحلة الاستكشاف بمسوحات ميدانية شاملة لمختلف المناطق، تتكامل خلالها جهود إدارة العقار وإدارة المبيعات في إجراء التقييمات واختيار المواقع الأنسب. وقبل اتخاذ القرار الاستثماري، تجري الشركة دراسة تفصيلية للعائد المتوقع على الاستثمار لضمان مواءمة التوسع مع الأداء المستهدف.

وتستند قرارات اختيار المواقع إلى ركائز الطلب الأساسية، وتشمل الكثافة السكانية ومعدلات النمو المتوقعة، والقوة الشرائية المحلية، استنادًا إلى بيانات البنك المركزي السعودي، والمسافة الجغرافية عن الفروع القائمة للحد من تأثير تراحم المبيعات بين الفروع، وسهولة وصول العملاء، إلى جانب تحليل المشهد التنافسي. ويتركز نمو التجزئة الفعلية بصورة رئيسية داخل المملكة ومنطقة الخليج العربي، حيث تسهم آفاق السوق الواعدة وملاءمة الخصائص الديموغرافية في دعم هذا التوسع. كما تخضع مستويات أداء المتاجر لمراجعات دورية وسنوية بما يرسخ ثقافة التحسين المستمر.

وفي عام 2025، ارتفع إجمالي عدد المتاجر التابعة لشركة الماجد للعود بنسبة 5% ليصل إلى 366 متجرًا. وشهد العام افتتاح 32 متجرًا جديدًا. وفي الوقت نفسه، تم إغلاق 14 متجرًا منخفض الأداء واستبدالهم بمتاجر جديدة في مواقع أكثر جاذبية وذات حركة مرور أعلى، وهي مواقع أكثر ملاءمة لزيادة المبيعات. ويُعزى هذا النمو بصورة رئيسية إلى مبادرات التوسع المستمرة في المملكة، إذ ارتفع عدد المتاجر بنسبة 2% ليصل إلى 283 متجرًا.

أبرز إطلاقات العطور وحملاتها التسويقية المرتبطة لعام 2025

المنتجات	بوازبه	روز دي ماي	ميسترال، وبرستيج بيرل، وكاندي مسك
الفئة المستهدفة	عطور للجنسين	النساء	الرجال والنساء وعطور للجنسين
المدة	49 يومًا (موسم الشتاء)	30 يومًا (موسم الصيف)	53 يومًا (موسم رمضان)
الابتكارات	<ul style="list-style-type: none"> استلهام الهوية البصرية من وحي الطبيعة توظيف سيناريوهات إعلانية مبتكرة مع المؤثرين 	<ul style="list-style-type: none"> تصوير فيديو ترويجي في فرنسا بالتعاون مع خبير العطور العالمي دومينيك روبيون استخدام لقطات من حفل إطلاق عطر روز دي ماي ضمن محتوى المؤثرين 	<ul style="list-style-type: none"> ربط الحملات بموسم عيد الأم تعزيز الحضور البصري خلال يوم التأسيس
النتائج	حققت جميع الحملات التسويقية في عام 2025 نتائج ممتازة على صعيد الانتشار وحجم المبيعات.		

التسويق الرقمي

وقد شكّل أداء التسويق الرقمي أحد أبرز إنجازات الشركة في عام 2025، إذ تضاعف أثره عبر مسارين متوازيين:

إلى جانب الحملات الموسمية، تعتمد الماجد للعود استراتيجية تسويق رقمي مكثفة وممتدة على مدار العام. ويعكس هذا التوجّه الشامل نهجًا إعلانيًا متقدمًا في السوق المحلية، يقوم على تقديم باقات محتوى متكاملة وبصيغ متعددة، بما يضمن توحيد الرسالة وتعظيم أثرها عبر مختلف المنصات.

الانتشار عبر المؤثرين

يركز هذا المسار على توسيع نطاق الوصول وتعزيز الحضور الرقمي للشركة عبر شراكات مع المؤثرين وصنّاع المحتوى للترويج للمنتجات أمام جماهيرهم.

وقد شهد هذا المسار توسعًا كبيرًا خلال عام 2025، إذ نُفذت حملات بسبع لغات، تضمنت العربية، والأردية، والروسية، والفرنسية، والإسبانية، والفلبينية، والإنجليزية، بالاعتماد على صيغ محتوى متنوعة ومنظمة، شملت الزيارات الميدانية، والمحتوى التذكيري، والسرد القصصي لأسلوب الحياة، ومقاطع الفيديو القائمة على سيناريوهات تمثيلية، وتغطية الفعاليات. وجاءت أبرز النتائج كما يلي:

تحقيق **1.57 مليار** مشاهدة إجمالية (بزيادة قدرها 55% على أساس سنوي)

تنفيذ **11,500** إعلان عبر المؤثرين (بزيادة قدرها 70% على أساس سنوي)

الوصول إلى **11** دولة عبر حملات المؤثرين

الوصول الطبيعي

يرتبط هذا المسار بقدرة الشركة على الوصول إلى العملاء رقميًا بصورة طبيعية دون الاعتماد على الإعلانات المدفوعة، من خلال النشر الدوري للمحتوى، والتفاعل المستمر مع العملاء، ومشاركات المستخدمين وتوصياتهم، إلى جانب الظهور البارز في منصات مثل صفحات المحتوى الرائج والاستكشاف. وقد حقق هذا النهج في عام 2025 نتائج لافتة، من أبرزها:

أكثر من **527,000** متابع جديد (بنمو قدره 65% على أساس سنوي)

أكثر من **218 مليون** مشاهدة (بنمو قدره 80% على أساس سنوي)

الوصول العضوي إلى **55** دولة (دون إنفاق إعلاني مدفوع)

الظهور **49** مرة في صفحات المحتوى الرائج والاستكشاف

وتتكامل هاتان المنظومتان، الوصول العضوي للعلامة التجارية الانتشار عبر المؤثرين، على نحو يعزز أثر التسويق الرقمي. ويسهم الوصول العضوي في ترسيخ الثقة وتعزيز التفاعل المستدام، فيما يؤدي محتوى المؤثرين دورًا محوريًا في تسريع الوعي بالمنتجات خلال مواسم الإطلاق وفترات الذروة.

مشاهدة إجمالية لمحتوى المؤثرين في عام 2025 (بزيادة قدرها 55%)

استقطاب **527,000** متابع جديد عبر القنوات العضوية في عام 2025 (بزيادة نسبتها 65%)

الفروع لمدة أسبوع كامل، بما ضمن استمرارية الإقبال والحفاظ على مستويات تفاعل مرتفعة على مدار العام.

تعزف على المزيد في قسم "استعراض الأداء المالي"

ولإضفاء أبعاد إضافية على باقة منتجاتها المعروضة وتوسيع نطاق الوصول إلى العملاء، حافظت الشركة على زخمها التسويقي خارج مواسم الذروة خلال عام 2025 عبر إطلاق سلسلة من الفعاليات الترويجية الحيوية؛ شملت إطلاق مبادرة نقاط الولاء "تستاهل"، وتقديم عروض ترويجية داخل



الوصول إلى الفئات الشابة

في إطار تعزيز حضورها لدى الأجيال الشابة الناشئة في العصر الرقمي، بادرت الماجد للعود إلى رعاية فريق "باور"، أحد أبرز فرق الرياضات الإلكترونية وأكبر شبكات صناعة المحتوى في منطقة الشرق الأوسط.

ويتمتع فريق "باور" بقاعدة جماهيرية واسعة ضمن منظومته الرقمية؛ إذ تجاوز 100 مليون مشترك، وسجل أكثر من 185 مليون ساعة مشاهدة، وحقق ما يزيد على 2.16 مليار مشاهدة عبر منصاته الرقمية خلال عام 2025. وتتيح هذه الرعاية للماجد للعود بناء رصيد طويل الأمد لعلامتها التجارية ضمن منصات "باور"، بما يضمن حضورًا يوميًا للمنتجات عبر دمجها في المحتوى، وتنفيذ أنشطة صناعة المحتوى، وإطلاق فعاليات تسويقية مشتركة.

وقد أثمرت المرحلة الأولى من تفعيل هذه الشراكة عن نتائج ملموسة، شملت:

- تجاوز مليون مشاهدة خلال شهر واحد لمقطع إعلاني صُوّر داخل أحد المتاجر
- تحقيق أكثر من 700 ألف مشاهدة خلال شهر واحد لإعلان يسلط الضوء على تجربة التسوق داخل المتجر
- سجّل المتجر حضورًا رقميًا بارزًا عقب إطلاق مسابقة مشتركة على منصة X، أسهمت في تصدّر المحتوى قوائم الرائج خلال أوقات الذروة.

وضمن خطط عام 2026، من المقرر تنفيذ حملة تسويقية مرتبطة بشهر رمضان المبارك، تركز على تعزيز الوعي بالعلامة التجارية وتفعيل الحضور الموسمي.

منصات التواصل الاجتماعي

في إطار مساعيها للتوسع عالميًا، أطلقت الشركة حسابًا دوليًا مخصصًا على منصة إنستغرام بدعم اللغات الهندية والإنجليزية والروسية، مدعومًا بحملات ترويجية بمشاركة مؤثرين من جنسيات متعددة. وقد أسهمت حملة تجريبية شملت 350 إعلانًا في استقطاب 300 ألف متابع إضافي للعلامة التجارية على مستوى العالم.

وإلى جانب ذلك، توظف الشركة حضورها بفاعلية عبر حزمة من منصات التواصل الاجتماعي الأخرى (بما يشمل تيك توك وسناب شات وإكس ويوتيوب ولينكدإن وغيرها) وفق منهجية واضحة لتخصيص المحتوى بما ينسجم مع طبيعة كل منصة؛ إذ تقدم سردًا بصريًا راقيًا على إنستغرام، ومحتوى قصيرًا رائجًا على تيك توك، وتفاعلًا لحظيًا على سناب شات، ومواكبة مستمرة وحملات إعلانية على إكس، وسردًا قصصيًا مطولًا على يوتيوب، ورسائل تواصل مؤسسية على لينكدإن.

وفي عام 2025، حصدت الشركة نتائج استثنائية شملت:

تنفيذ **422**
حملة رقمية



6.1 مليار



ظهور إجمالي على منصات التواصل الاجتماعي في 2025

2.29 مليون



تفاعل (+62% على أساس سنوي) و 90 مليون ظهور (+137%) على إنستغرام

تجربة العملاء

في الماجد للعود، لا تُقَيِّم تجربة العملاء بوصفها وظيفة مساندة، بل تُعدُّ مُمكِّنًا استراتيجيًا في صميم مساعيها لتقديم قيمة مستدامة على المدى الطويل.

- وتتمثل أبرز العوامل التي تسهم في تقديم القيمة للعميل فيما يلي:
- تقديم عطور شرقية مصممة بعناية لتلائم أسلوب الحياة الخليجي وسياقه الثقافي.
- ابتكار تشكيلات موسمية تواكب تغيرات الأجواء وتلائم مختلف مناسبات الاستخدام.
- حضور فاعل ومؤثر في المناسبات الوطنية والدينية والاجتماعية.
- بناء ارتباط عاطفي يتجاوز الاستخدام الوظيفي للمنتج.

وتبقى شبكة متاجر الشركة ركيزة محورية لتعزيز التواصل مع العملاء؛ إذ صُممت لتقديم تجربة تسوق حديثة وراقية ومتسقة في جميع أسواق دول مجلس التعاون الخليجي. ومن خلال المواءمة ببراعة بين فن ابتكار العطور والتقاليد الخليجية الأصيلة وأسلوب الحياة العصري، تبني العلامة التجارية ارتباطًا عاطفيًا وثيقًا مع عملائها. فالعملاء لا يربطون اسم الماجد للعود بالروائح الفاخرة فحسب، بل يقرنونه أيضًا بلحظات الاحتفاء والهوية الأصيلة والحضور الشخصي، بما يعزز الولاء على المدى الطويل.

العناية بالعملاء

يرتكز التميز التشغيلي لمنظومة العناية بالعملاء في الماجد للعود على أطر عمل عالمية معتمدة لتقديم الخدمات، إذ تُدار العمليات وفق معايير تتوافق مع متطلبات مركز أداء عمليات العملاء، بما يضمن مستويات عالية من الموثوقية والكفاءة وسرعة الاستجابة في مختلف الأسواق. وتعتمد الشركة منصة مركزية موحدة لإدارة علاقات العملاء تُتيح تتبع جميع التفاعلات، ورصد تفضيلات العملاء، وتوثيق سجل مشاركاتهم عبر قنوات التواصل المختلفة.

ويخضع أداء الخدمة لرقابة دقيقة عبر مؤشرات أداء رئيسية واضحة، تشمل معدل حل المشكلة من أول اتصال، والزمن المستغرق للحل، ومتوسط مدة المعالجة، ومستوى الخدمة العام، وسرعة الاستجابة. وخلال عام 2025، حققت الشركة أداءً قياسيًا في متوسط سرعة الرد على المكالمات بلغ نحو 6 ثوان، بما يعكس الانضباط التشغيلي وسهولة الوصول إلى الخدمة.

وعلى مستوى المتاجر الفعلية، يشكل التصميم الهندسي والمعماري امتدادًا لهوية العلامة التجارية، بما يهيئ للعملاء تجربة تسوق سلسة تتسم بالترحاب وحسن الاستقبال. وفي هذا الإطار، يتعزز مستوى التميز في خدمة العملاء عبر استثمارات نوعية في تنمية الكوادر البشرية؛ إذ تمتلك الشركة إدارة مستقلة متخصصة في تدريب المبيعات تُعد من بين الأكبر ضمن القطاع، وقد ضاعفت استثماراتها في البرامج التدريبية بنحو 100% خلال العامين الماضيين.

ولا يقتصر تدريب مستشاري المبيعات على الإلمام بتفاصيل المنتجات ومكوناتها وفنون السرد القصصي للعطور، بل يمتد ليشمل تطوير مهارات التعامل مع مختلف شرائح العملاء، وتقديم المنتجات بأسلوب احترافي وفقال، والاستجابة المهنية لمختلف المواقف والسيناريوهات. ويضمن هذا الالتزام أن يعكس كل تفاعل مع العميل معايير الخدمة المعتمدة لدى الشركة ويعزز مكانتها بوصفها علامة تجارية فاخرة.

كما تتبلور تجربة العملاء من خلال نموذج متكامل متعدد القنوات يربط بسلاسة بين المتاجر الفعلية ومنصات التجارة الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي وقنوات الاتصال المباشر، بما يضمن رحلة تسوق متسقة عبر جميع القنوات. ويتفاعل العملاء مع الماجد للعود عبر منظومة تشمل تطبيق الهواتف الجواله والمتجر الإلكتروني والمنصات الرقمية الشريكة، إلى جانب قنوات الخدمة مثل واتساب والرسائل النصية القصيرة والإشعارات اللحظية والبريد الإلكتروني والمكالمات الصادرة. وللارتقاء بالتجربة الرقمية، توظف الشركة أدوات متقدمة لرصد التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي وأنظمة التذاكر الداخلية التي تُحوّل ملاحظات العملاء إلى إجراءات عمل ملموسة.



برنامج الولاء

تعتمد الماجد للعود آليات بناء ولاء العملاء بوصفها منظومة استراتيجية متكاملة، تستند إلى أدوات متقدمة لإدارة علاقات العملاء، وتقسيمهم إلى شرائح، وتطبيق منهجيات تسويق موجهة بالأداء. ويهدف ذلك إلى الاستهداف الدقيق للعملاء، وإعادة استهدافهم، وتعظيم القيمة الناتجة عن تكرار عمليات الشراء.

وتمثل مبادرة "الضمان الذهبي" إحدى الركائز المحورية لهذه المنظومة؛ إذ تتيح للعملاء إرجاع المنتجات التي لا تلائم تفضيلاتهم. وتمثل هذه المبادرة تطبيقًا عمليًا لمبدأ "العميل أولاً"، وهي متاحة في جميع الأسواق عبر المتاجر الفعلية والقنوات الرقمية على حد سواء. وتكتسب هذه الميزة أهمية خاصة في قطاع العطور، إذ تؤدي التجربة والتفضيلات الشخصية دورًا حاسمًا في قرار الشراء. ومن خلال منح العملاء مساحة آمنة لاستكشاف الروائح وتجربتها بثقة، تعزز الشركة الثقة وتخفف الحواجز التي قد تحد من الإقبال على تجربة منتجات جديدة.

وخلال عام 2025، أثبتت منظومة الولاء قدرتها على التوسع بوتيرة متسارعة؛ إذ نمت قاعدة بيانات البرنامج لتصل إلى 2.7 مليون عضو، بزيادة قدرها 50% مقارنة بعام 2024، مما يبرهن على كفاءة الشركة العالية في استقطاب العملاء في شتى القنوات والأسواق. ويتيح البرنامج للعملاء اكتساب نقاط قابلة للاستبدال والاستفادة من عروض حصرية وبناء علاقة تفاعل طويل الأمد مع العلامة التجارية، بما يسهم في رفع معدلات الاحتفاظ بالعملاء عبر تقديم قيمة ملموسة تعكس تقدير الشركة لهم.

إدارة شكاوى العملاء

تطبق الماجد للعود إطارًا مؤسسيًا متكاملًا لبرنامج صوت العميل، يهدف إلى جمع ملاحظات العملاء بمنهجية دقيقة وتحليلها وتحويلها إلى تحسينات فعلية ترتقي بمستوى الخدمة. وتُستقى آراء العملاء عبر قنوات متعددة تشمل الاستبيانات الدورية، والمكالمات الهاتفية المباشرة، وتقييمات واتساب، والمراجعات على المنصات الرقمية، إضافة إلى رصد التفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي بصورة مستمرة.

وتُسجّل الشكاوى الواردة بدقة في نظام إدارة علاقات العملاء، وتخضع لعملية تحقق وفرز وتصنيف بحسب مستوى الأولوية ودرجة التأثير، قبل إحالتها إلى الفرق المختصة لمعالجتها. وتتولى فرق الصفوف الأمامية معالجة الإشكاليات متى ما كان ذلك ممكنًا، فيما تُصعد الحالات الحساسة أو المعقدة إلى مستويات حوكمة أعلى وفق إجراءات واضحة. كما تُجري الإدارة العليا مراجعات دورية للشكاوى الجوهرية أو المتكررة، وتتابع الاتجاهات العامة لمستوى الخدمة، بوصف ذلك جزءًا من إطار حوكمة الخدمات وإدارة المخاطر المعتمد في الشركة.

وتعزز هذه المنهجية مبادئ الإنصاف والشفافية والتحسين المستمر، بما يضمن صون ثقة العملاء وترسيخها. وتُعالج جميع الشكاوى بحياد تام وبأعلى درجات السرية، مع التركيز على سرعة الاستجابة وتسوية المشكلات ضمن إطار زمني محدد، وإجراء متابعة لاحقة بعد إغلاق التذكرة للتحقق من رضا العميل. كما تخضع الملاحظات لمراقبة مستمرة لضمان استمرارية الأعمال والارتقاء المتواصل بالخدمات، مع الحفاظ على أدنى مستوى ممكن للشكاوى غير المحلولة.

24

24

ساعة هو الإطار الزمني المستهدف لحل مشكلات العملاء

2.7 مليون

2.7

مشارك في برنامج الولاء في عام 2025 (بزيادة قدرها 50% مقارنة بالعام السابق)

رضا العملاء

يُقاس رضا العملاء عبر إطار مؤشر رضا العملاء في خمس نقاط رئيسية من رحلة العميل. وعند مرور العميل بهذه النقاط، يُرسل إليه استبيان منظم تلقائيًا عبر واتساب. ثم تُجمع الردود وتُتبع وتُحلل بدقة عبر نظام إدارة علاقات العملاء، بما يضمن مراقبة الأداء بصورة مستمرة في المتاجر الفعلية والمنصات الرقمية على حد سواء. وخلال عام 2025، شملت الاستطلاعات نحو 263 ألف عميل، محققة زيادة استثنائية بلغت 2.7 ضعفًا مقارنة بعام 2024.

وتخضع مخرجات مؤشر رضا العملاء لمراجعات دورية من الإدارة العليا، كما تُدمج ضمن برنامج صوت العميل لضمان تحويل المؤشرات والنتائج إلى قرارات وإجراءات تنفيذية ملموسة. وتدعم هذه المنهجية المنضبطة تطوير مستوى الخدمة، وتحسين جودة المنتجات، وتعزيز ولاء العملاء.

تتمثل أبرز نقاط قياس مؤشر رضا العملاء في الآتي:

بعد الشراء
(بمجرد إصدار الفاتورة)

بعد تسليم الطلب عبر الإنترنت

بعد التفاعل مع مركز الاتصال

بعد اكتمال محادثة عبر الواتساب

بعد إغلاق الشكوى أو تذكرة الخدمة

مقاييس رضا العملاء لعام 2025

94.1% المعدل الإجمالي لرضا العملاء:

94.4% للعملاء في المتاجر الفعلية

88.8% للعملاء في المنصات الرقمية

5/4.66 النتيجة الإجمالية لمؤشر رضا العملاء

التحول الرقمي

تمضي الماجد للعود بخطى حثيثة في مسيرة التحول الرقمي بوصفه ممكنًا استراتيجيًا لدفع عجلة النمو وتحقيق التميز التشغيلي وابتكار حلول تقنية تتمحور حول تلبية تطلعات العميل.

النهج المتبع

وتسهم هذه البنية التقنية المتينة بصورة مباشرة في دعم نموذج البيع متعدد القنوات، عبر تعزيز التكامل بين قطاع التجزئة في المتاجر والتجارة الإلكترونية. وفي عام 2025، برزت إحدى أهم المبادرات الاستراتيجية في ربط المخزون الموحد بين الفروع ومنصة التجارة الإلكترونية، ما أتاح للعملاء تجربة تسوق تتسم بوفرة متنسقة في المنتجات، ومكّن الشركة من إنجاز الطلبات بكفاءة أعلى وتنسيق أدق بين المتاجر والمنصات الرقمية. كما أسهم إدراج أدوات التحليل ضمن مسارات عمل المختبرات في تعزيز اتساق معايير الجودة وتسريع وتيرة تطوير المنتجات الجديدة.

وتعكس استراتيجية التحول الرقمي التي تنتهجها الشركة مدى حرصها على التكامل التام مع المتطلبات المحلية والمنصات الوطنية، بما يضمن الامتثال والكفاءة التشغيلية داخل السوق. وفي هذا الصدد، رُبطت أنظمة الماجد للعود بمنصة "نفاذ" للتحقق الموثوق من الهوية وبأنظمة هيئة الزكاة والضريبة والجمارك لتطبيق متطلبات الفوترة الإلكترونية. وقد نُفذت عمليات الربط والتخصيص بنجاح عبر تعاون مشترك مع نخبة من مزودي خدمات التكامل التقني المحليين المتخصصين.

في إطار إسهامها في تحقيق مستهدفات رؤية السعودية 2030 ومواكبة التحول الرقمي المتسارع عالميًا، لا تنظر الشركة إلى التحول الرقمي بوصفه مبادرة تقنية منفصلة، بل تتبناه باعتباره فلسفة تشغيلية متكاملة ومتغلغلة في مختلف أعمالها، بدءًا من المبيعات وسلسلة الإمداد، مرورًا بالشؤون المالية والتسويق والبحث والتطوير، وصولًا إلى خدمة العملاء.

وقد تبنت الماجد للعود استراتيجية طموحة تركز على مبدأ "الحوسبة السحابية أولاً"، مستندةً في ذلك إلى منظومة مايكروسوفت المتكاملة، بما يعزز المرونة وقابلية التوسع والامتثال لأفضل الممارسات العالمية. وتتمثل الركائز الأساسية لهذه المنظومة الرقمية فيما يلي:

- Microsoft Dynamics 365 (للمالية والعمليات) بوصفه الركيزة الرئيسية لتخطيط موارد المؤسسات.
- Microsoft Power Platform لأتمتة العمليات ورفع كفاءة مسارات العمل.
- Microsoft Fabric للتحليلات اللحظية، بما يتيح دمج بيانات المبيعات والمخزون عبر مختلف القنوات.



تطبيق الهاتف الجوال

يمثل تطبيق الهاتف الجوال ركيزة أساسية في هيكل الاستراتيجية الرقمية للشركة. وخلال عام 2025، ارتفع إجمالي عمليات تحميل التطبيق بنسبة 30%، بما يعكس تنامي اعتماد العملاء على قنوات التسوق الرقمي والتفاعل الإلكتروني.

وفي العام ذاته، نفذت الشركة تحسينات نوعية في رحلة الدفع وإتمام الطلب داخل التطبيق، إذ طوّرت واجهة المستخدم لتدعم خيارات "اشتر الآن وادفع لاحقاً" (عبر منصات مثل تاي و تمارا و MIS Pay)، كما حسّنت تجربة الدفع عبر تبسيط خطوات إدارة سلة المشتريات وتعزيز انسيابية إتمام الطلب. ولرفع دقة التوصيل، جرى ربط التطبيق برمجياً بواجهات العنوان الوطني، مع تفعيل أداة لتحديد المواقع عبر الخرائط تدعم الإكمال التلقائي، بما عزز كفاءة التنسيق اللوجستي. وعلى صعيد التفاعل المباشر، توسعت خصائص التطبيق لتشمل ميزة "أعلمني عند التوفر" للمنتجات غير المتاحة في المخزون، إلى جانب دمج خدمات الدعم عبر واتساب مباشرة، بما يتيح للعميل الانتقال بسلاسة من تصفح المنتجات إلى طلب المساعدة دون مغادرة التطبيق.

ولم تقتصر جهود التطوير على إضافة الخصائص الوظيفية، بل شملت تعزيز كفاءة الأداء لضمان موثوقية الخدمة واستمرارية تجربة المستخدم مع اتساع نطاق الاستخدام. وفي هذا الصدد، خضع التطبيق لأكثر من 20 تحديثاً لتعزيز مستويات الأمان وسرعة الاستجابة. كما جرى دمج أداة Smartlook لتحليل جلسات المستخدمين ورصد نقاط التعثر في رحلة الاستخدام بالاستناد إلى السلوك الفعلي داخل التطبيق.

طوّرت أساليب عرض المنتجات عبر فيديو تفاعلي بزوايا 360 درجة، بما يمنح العميل تجربة شراء رقمية تنسم بالثراء والموثوقية العالية. وإضافة إلى ذلك، جرى دمج برنامج الولاء بالكامل ضمن رحلة الشراء، بما يتيح للعملاء اكتساب النقاط واستردادها بسهولة عند إتمام الطلبات.

900,545



إجمالي عمليات تحميل التطبيق في عام 2025 (بزيادة نسبتها 30%)

الأمن السيبراني وخصوصية البيانات

تضع الماجد للعود الأمن السيبراني وخصوصية البيانات في صدارة أولوياتها ضمن إطار الحوكمة المؤسسية، بما يعكس طبيعة الشركة بصفتها شركة مساهمة عامة تعمل عبر أسواق وقنوات متعددة. وتطبق الشركة إطاراً أمنياً متعدد الطبقات يتوافق مع متطلبات الهيئة الوطنية للأمن السيبراني وأفضل الممارسات العالمية، مستندة إلى منهجية الدفاع المتعمق لحماية بيانات العملاء وضمان استمرارية الخدمات دون انقطاع.

وتتعزيز حماية الشبكات عبر أحدث أجيال جدران الحماية التي تغطي المقر الرئيس وجميع الفروع، إلى جانب جدران حماية مخصصة لتطبيقات الويب للحد من الزيارات المشبوهة وتقليل مخاطر التهديدات الخارجية. أما ضوابط الوصول، فتعتمد نموذج "انعدام الثقة"، مدعومةً بآليات المصادقة متعددة العوامل وصلاحيات وصول قائمة على الأدوار الوظيفية.

وتخضع بيانات العملاء الحساسة لتشفير كامل سواء أثناء التخزين أو أثناء النقل. كما تركز استمرارية الأعمال على بنية تقنية عالية المرونة تضمن تزامن البيانات وتوفر نسخاً احتياطية متعددة عالية الإتاحة. وقد دُمجت متطلبات الامتثال لنظام حماية البيانات

الشخصية في تصميم الأنظمة وحوكمة العمليات، بما يشمل تحديثات أمانة للبنية التحتية وممارسات صارمة لضبط الوصول عبر جميع المنصات.

وتواصل الشركة الاستثمار في برامج التوعية والتدريب السيبراني؛ ففي عام 2025، أتم 127 موظفاً برامج تدريبية متخصصة ركزت على حماية البيانات والوقاية من هجمات التصيد الاحتيالي، وشملت قيادات إدارية ورفقاً تقنية وموظفي فرق العمليات وخدمة العملاء. وإلى جانب التدريب النظري، نفذت الشركة محاكاة لهجمات التصيد الاحتيالي لقياس الجاهزية العملية للتعامل مع التهديدات في بيئة عمل واقعية.

لم تُسجّل أي



حوادث اختراق بيانات أو فقدان لبيانات شخصية في عام 2025

التطلّعات المستقبلية

- استشرافاً للمرحلة المقبلة، تركز خارطة طريق التحوّل الرقمي على تعميق توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي والتخصيص، مع الحفاظ على تجربة موحّدة و متميزة للعملاء عبر جميع القنوات. وفي هذا الإطار، تعتزم الشركة تنفيذ المبادرات التالية خلال عام 2026:
- التوسع في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوكيات العملاء وتقديم توصيات مخصصة.
 - تحديث واجهة المستخدم لتعزيز جودة التجربة الرقمية.
 - رفع كفاءة الأتمتة عبر منصة Microsoft Power Platform.
 - تعزيز آليات المراقبة الاستباقية في مجال الأمن السيبراني.
 - الارتقاء بمستويات التكامل مع نظام إدارة علاقات العملاء لضمان توحيد ملفات العملاء وتحديثها لحظياً عبر جميع القنوات.

وتضع الشركة ضمن أولوياتها إجراء تحديث شامل لواجهات تطبيق الهواتف الجوال، بما يرسخ لغة تصميم راقية ومتسقة تعكس المستوى الرفيع من الجودة والفخامة الذي يختبره العملاء داخل متاجر الماجد للعود.

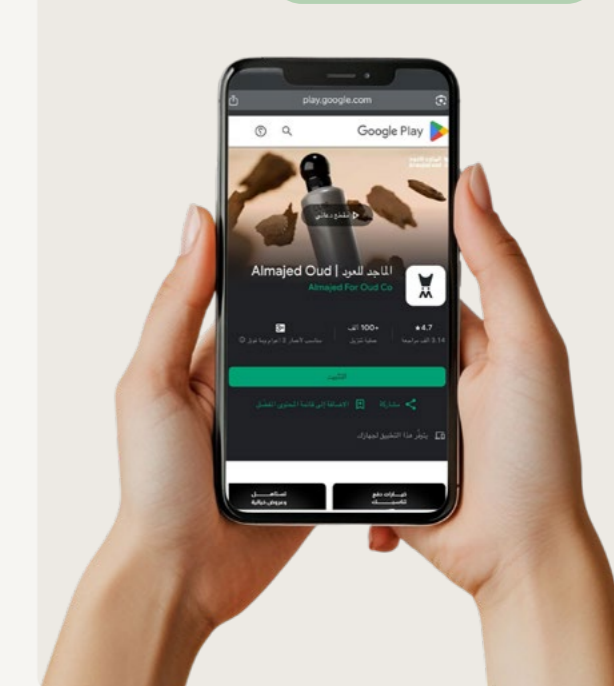


تقييم 4.7* على أب ستور



الماجد للعود

تقييم 4.7* على جوجل بلاي



الماجد للعود

النتائج المالية

قوة في التدفقات النقدية، واستقراراً في العوائد.

حققت شركة الماجد للعود أداءً ماليًا متميزاً خلال عام 2025م؛ حيث أكدت نتائج هذا العام قدرة الشركة على تحويل استراتيجية التوسع المدفوع بالابتكار وتعدد قنوات المبيعات إلى نمو كبير في الأرباح، مع الحفاظ على هوامش ربحية مرنة، وتحقيق تدفقات نقدية قوية.



39+%

نسبة نمو صافي الربح

26+%

الأرباح قبل الفوائد والضرائب
والاستهلاك والإطفاء

19+%

نسبة نمو الإيرادات في
عام 2025م

النتائج المالية

حققت شركة الماجد للعود أداءً ماليًا قويًا خلال عام 2025م، حيث تجاوزت النتائج التي أحرزتها توقعاتها الداخلية لكل من مؤشرات الإيرادات والربحية. وقد أثبت هذا الأداء قدرة الشركة على تحويل النمو إلى عوائد متميزة، مع تعزيز مرونة نموذج توليد القيمة لديها.

الإيرادات

ارتفعت الإيرادات بنسبة 19% على أساس سنوي، لتصل إلى 1,104 مليون ٤، وهو ما يعكس فاعلية استراتيجية النمو القائم على الابتكار، ونموذج التوسع متعدد القنوات.

يُعد نجاح الشركة في إطلاق مجموعة جديدة من المنتجات العطرية من بينها "روز دي ماي" و"كاندي مسك" و"ميسترال" و"بريستيج بيرل" و"بوازيه" السبب الرئيسي في نمو إيراداتها لهذا العام. وقد أثمر إتمام تنفيذ خارطة طريق الابتكار في عام 2025م عن إنجاز 69 مشروعًا، والذي بدوره دعم النمو.

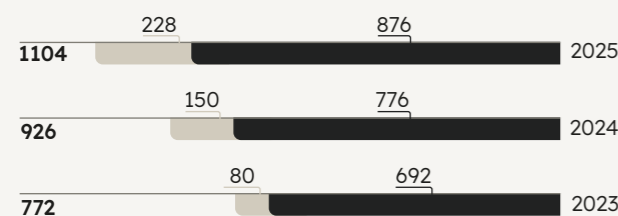
شهدت معدلات الربحية أيضًا تحسنًا ملحوظًا في عام 2025م، وهو ما يعكس الكفاءة في إدارة التكاليف، والنجاح في تنويع المنتجات، والاستفادة من الرافعة التشغيلية. وبلغ مجمل الربح 723 مليون ٤، محققًا زيادة بنسبة 19% بالتوازي مع نمو الإيرادات. كما ارتفع الربح التشغيلي بنسبة 33% على أساس سنوي ليصل إلى 237 مليون ٤، مما يظهر قدرة الشركة على إدارة نفقات البيع والتسويق والنفقات الإدارية بفعالية، بالتوازي مع مواصلة استثمارها في مبادرات النمو.

هيكل الإيرادات لعام 2025م

حافظت شركة الماجد للعود على قاعدة إيراداتها لعام 2025م مرتكزة بشكل أساسي على السوق المحلي، بينما استمرت في تنويع مصادر الإيرادات عبر توسيع الحضور الإقليمي وتسريع وتيرة التحول الرقمي. وبلغت إيرادات الشركة في متاجر التجزئة والأكشاك 876 مليون ٤ (بزيادة قدرها 13% على أساس سنوي)، لتشكل بذلك النواة الأساسية لعمليات الشركة. بلغت إيرادات الشركة في دول مجلس التعاون الخليجي 228 ملايين ٤، مسجلة أعلى معدل نمو (+52%)، وهو ما يسلط الضوء على الأهمية المتزايدة للأسواق الإقليمية مثل الإمارات العربية المتحدة والكويت والبحرين وسلطنة عُمان.

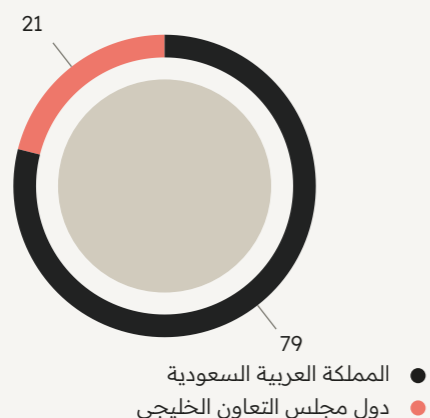
يعكس توزيع الإيرادات حسب قنوات البيع نموذج أعمال الشركة الذي يركز بشكل رئيسي على متاجر التجزئة، وتدعمه مجموعة متنامية من نقاط البيع عبر قنوات متعددة. وقد حققت متاجر التجزئة والأكشاك نسبة 87% من إجمالي الإيرادات في عام 2025م، مما يؤكد الدور المحوري لشبكة فروع الشركة الواسعة في استقطاب العملاء. وفي الوقت ذاته، أصبحت القنوات الرقمية تساهم بشكل متزايد وملحوس في الإيرادات؛ حيث بلغت حصة المتجر الإلكتروني للشركة 6% من الإيرادات، وهو ما يعكس التقدم المستمر الذي تحرزه الشركة في اعتماد التجارة الإلكترونية مع الاستثمار في تطبيقات الجوال.

الإيرادات (مليون ٤)



- المملكة العربية السعودية
- دول مجلس التعاون الخليجي

توزيع الإيرادات حسب المنطقة في عام 2025، %



- المملكة العربية السعودية
- دول مجلس التعاون الخليجي



النفقات الرأسمالية

حافظت الشركة خلال عام 2025م على نهجها المنضبط في إدارة النفقات الرأسمالية وتوجيهها نحو الأولويات الاستراتيجية. وبلغ إجمالي النفقات الرأسمالية نحو 35 مليون ٳ (بانخفاض قدره 19% على أساس سنوي)، ما يمثل حوالي 3% من الإيرادات، ويعكس تبني الشركة لنموذج نمو محدود الاستثمارات الرأسمالية. ومن الجدير بالذكر أن الشركة لم تكن بحاجة لإجراء أي توسعات كبيرة في الطاقة الإنتاجية خلال عام 2025م؛ نظراً لعمل خطوط الإنتاج الحالية بكفاءة عالية وبمعدلات استفادة مرتفعة (89%)، وذلك عقب تنفيذ مبادرات إعادة الهيكلة والتحسين.

إدارة الدين

حافظت شركة الماجد للعود خلال عام 2025م على هيكل رأسمالي متحفظ، تدعمه القدرة على توليد تدفقات نقدية تشغيلية قوية ومستويات سيولة جيدة. وقد أظهرت تقارير الشركة المحدثة حتى 31 ديسمبر 2025م عدم وجود أي قروض أو مديونيات خلال العام، حيث اعتمدت الشركة في تمويل عمليات التوسع بشكل أساسي على تدفقاتها النقدية الداخلية.

وفي إطار تعزيز مرونتها المالية، حصلت الشركة في أكتوبر 2025م على موافقة للحصول على تسهيلات مصرفية متوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية بقيمة تصل إلى 200 مليون ٳ، وذلك لدعم احتياجات رأس المال العامل. ولم يتم صرف هذه التسهيلات حتى تاريخ إعداد التقرير، مما يدل على النهج الحكيم الذي تتبعه الشركة في إدارة السيولة.

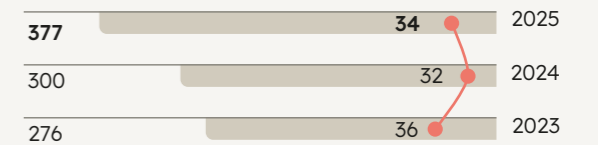


الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء وصافي الربح

شهدت الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء وصافي الربح نموًا متسارعًا في عام 2025م، مما يعكس نهج الشركة المنضبط في إدارة التكاليف. وقد حققت الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء ارتفاعاً بلغ 26%، مع تحسن هامش هذه الأرباح بمقدار نقطتين مئويتين. كما سجل صافي الربح نموًا بنسبة 39%، مع زيادة في هامش صافي الربح بمقدار 3 نقط مئوية.

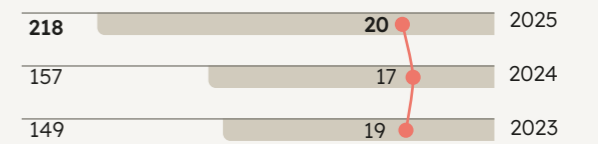
سجل العائد على الاستثمار تحسناً ملحوظاً في عام 2025م، حيث بلغ 30% مقارنةً بنسبة 25% في عام 2024م، مما يعكس التحسن الواضح في كفاءة استخدام رأس المال. وقد تحقق هذا الارتفاع بشكل أساسي بفضل نمو الهوامش التشغيلية، وتحسين معدلات الاستفادة من الطاقة الإنتاجية، بالإضافة إلى المساهمة المتزايدة للمبادرات ذات العوائد المرتفعة مثل إطلاق المنتجات الجديدة والتوسع في قنوات البيع المتعددة.

الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء



● الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء
● هامش الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء (%)

صافي الربح



● صافي الربح (مليون ٳ)
● هامش صافي الربح (%)



نظرة عامة
عن الشركة

التوجهات
الاستراتيجية

مراجعة
الأداء

النتائج
المالية

تقرير
الحوكمة

إدارة المخاطر
والرقابة الداخلية

مراجعة
الاستدامة

الملحق

التقرير السنوي لعام 2025

تقرير الحوكمة

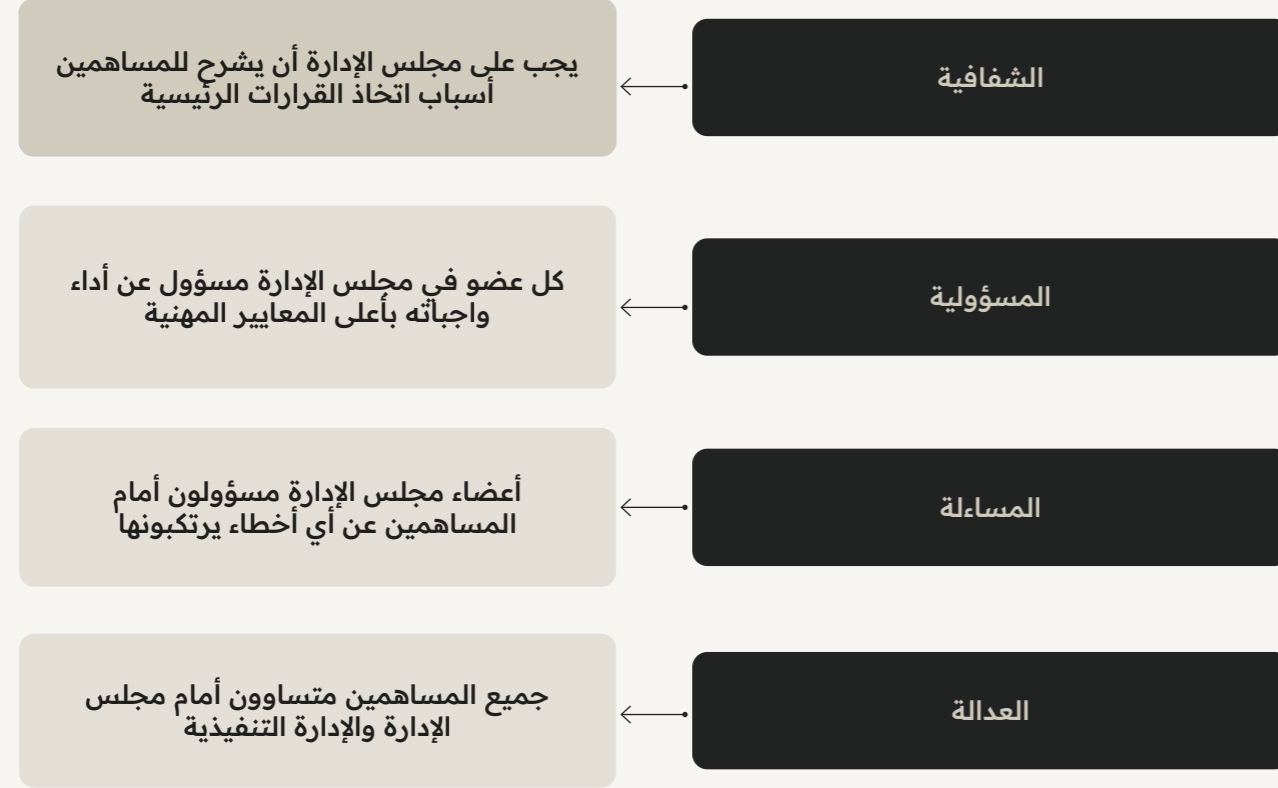
حوكمة الثقة. وقيادة المساءلة.

تلتزم شركة الماجد للعود بأعلى معايير الحوكمة وأفضل الممارسات المهنية، وتضمن الشفافية والإفصاح في جميع عملياتها لتعزيز الثقة بين المساهمين والشركاء. والشركة ملتزمة بجميع المتطلبات التنظيمية والحفاظ على التميز في الكفاءة والجودة والممارسات المستدامة ويتوافق هذا التقرير مع لوائح حوكمة الشركات الصادرة عن هيئة السوق المالية ويتضمن أحدث التعديلات.

76	نظرة عامة على الحوكمة
91	الإدارة التنفيذية
94	المكافآت
100	المساهمون
102	الإفصاحات

يشكل الأعضاء المستقلون
40% من مجلس الإدارة

الأسس التنفيذية للحوكمة



نظرة عامة على الحوكمة

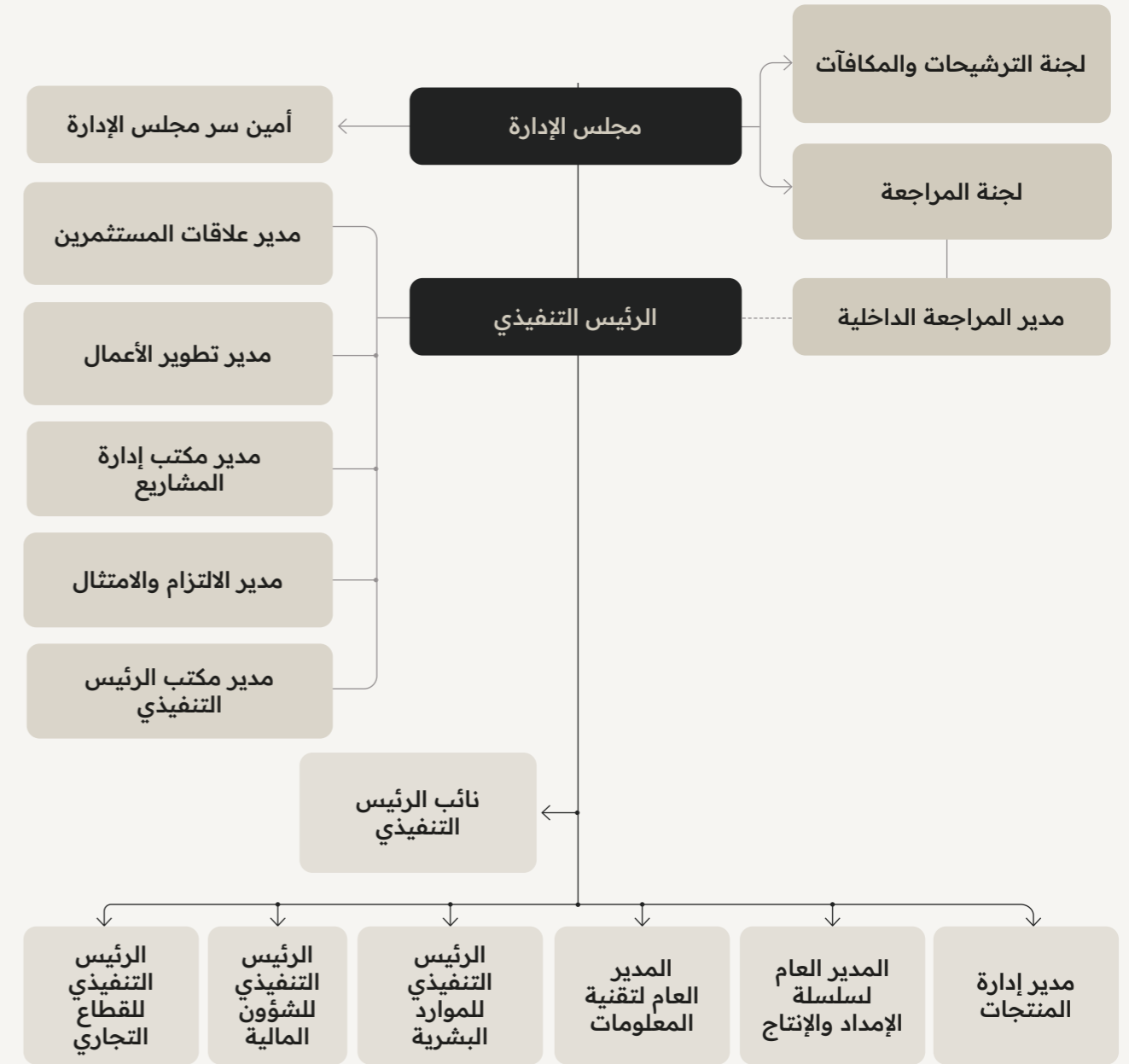
تلتزم شركة الماجد بأعلى معايير الحوكمة وأفضل الممارسات المهنية، وتضمن الشفافية والإفصاح في جميع عملياتها لتعزيز الثقة بين المساهمين والشركاء. والشركة ملتزمة بجميع المتطلبات التنظيمية والحفاظ على التميز في الكفاءة والجودة والممارسات المستدامة، ويتوافق هذا التقرير مع لوائح حوكمة الشركات الصادرة عن هيئة السوق المالية ويتضمن أحدث التعديلات.

إطار الحوكمة

تتبنى الماجد للعود إطار حوكمة متكامل تنظمه اللوائح ويتمشى مع أعلى المعايير في سوق المال السعودي، ويتمحور حول المبادئ الأساسية التالية:

1. حماية حقوق المساهمين وضمان تحقيق مصالحهم بشكل متوازن ودائم.
2. ضمان حماية حقوق جميع الأطراف المعنية مع تعزيز الاستقرار والاستدامة من خلال الأداء المالي القوي.
3. ضمان الإفصاح الدقيق والكامل ضمن الأطر الزمنية المحددة للمساهمين والهيئات التنظيمية.
4. معالجة حالات تضارب المصالح من خلال تحديدها والإبلاغ عنها والتعامل معها بشكل فعال لحماية مصالح الشركة ومساهميها.
5. تمكين الموظفين من الإبلاغ عن أي سوء سلوك أو ممارسات غير لائقة داخل الشركة من خلال قنوات موثوقة وسريّة، وضمان اتخاذ الإجراءات التصحيحية المناسبة.
6. تنظيم المعاملات مع الأطراف المعنية، بما في ذلك تلك التي تنطوي على الشركة أو موظفيها أو مجلس الإدارة أو الإدارة التنفيذية أو الشركات التابعة.
7. مواءمة استراتيجيات الشركة مع مسؤولياتها الاجتماعية من خلال تبني ممارسات مستدامة في جميع الأنشطة ودعم المبادرات المجتمعية.
8. تعزيز قنوات التواصل مع المستثمرين لتعزيز مكانة الشركة في السوق وجذب استثمارات جديدة.

الهيكل التنظيمي للشركة



تم اعتماد الهيكل التنظيمي المحدث الموضح أعلاه بموجب قرار مجلس الإدارة الصادر بتاريخ 2026/2/05

الشركات التابعة

الاسم	رأس المال المدفوع	الملكية والنشاط التجاري	المقر الرئيسي	البلد
شركة الماجد للعود. ش.ذ.م.م.	50,000 ريال قطري	100%	قطر	قطر
تجارة العطور والعود والبخور والروائح العطرية وكذلك مستحضرات التجميل النسائية ومستحضرات التجميل ومنتجات العناية بالشعر والهدايا وصناديق المجوهرات.				

مجلس الإدارة

يتولى مجلس إدارة شركة الماجد للعود مسؤولية الإشراف العام على إدارة الشركة، وهو الجهة الرئيسية المسؤولة أمام المساهمين حيث يعمل المجلس على تمثيل مصالحهم من خلال توجيه أعمال الشركة ومراقبة سيرها، كذلك على أعضاء المجلس أن يتصرفوا بالصدق والعدل وأن يكونوا ملتزمين بالقوانين واللوائح المعمول بها، وأن يتقيدوا بدقة بسياسات الشركة المعمول بها.

صلاحيات مجلس الإدارة

وفقاً لنظام الشركة الأساسي والصلاحيات المحددة للجمعية العامة ولوائح عمل مجلس الإدارة، يتمتع مجلس الإدارة بأوسع الصلاحيات لإدارة الشركة وتشكيل سياساتها وتحديد استثماراتها والإشراف على عملياتها داخل المملكة العربية السعودية وخارجها:

- جميع الصلاحيات المنصوص عليها في النظام الأساسي واللائحة لإدارة الشركة.
- بذل واجبي العناية والولاء في إدارة الشركة وكل ما من شأنه صون مصالحها وتنميتها وتعظيم قيمتها.
- تقع على عاتق مجلس إدارة الشركة المسؤولية عن اعمالها وان فوض لجاناً أو جهات أو افراد في ممارسة بعض اختصاصاته وفي جميع الأحوال لا يجوز لمجلس الإدارة اصدار تفويض عام او غير محدد المدة.
- الموافقة على جدول الصلاحيات الإدارية والمالية في الشركة وتعديله والاستثناء منه.
- الموافقة على الهيكل التنظيمي للشركة وتعديله.
- الموافقة على السياسات العامة للشركة وتعديلها، والاستثناء منها.
- الموافقة على تشكيل اللجان التابعة للمجلس وتعيين أعضائها.
- الموافقة على الخطط السنوية واستراتيجية الشركة والإشراف على تنفيذها ومراجعتها بشكل دوري، والتأكد من توافر الموارد البشرية والمالية اللازمة لتحقيقها.

- الموافقة على تعيين الرئيس التنفيذي للشركة، وتحديد مكافآته واعتماد مؤشرات الأداء السنوية الخاصة به وتقييمه بناءً عليها، وعزله.
- الموافقة على قواعد عمل الرئيس التنفيذي وتعديلها والاستثناء منها.
- الموافقة على سلم الرواتب والحوافز للعمل في الشركة وأي تعديلات تطرأ عليه.
- وضع أنظمة وضوابط للرقابة الداخلية والإشراف العام عليها.
- الإشراف على مالية الشركة، وتدقيقها النقدية، وعلاقاتها المالية والائتمانية مع الغير.
- الموافقة على الميزانية السنوية للشركة.
- إعداد القوائم المالية الأولية والسنوية و اعتمادها قبل نشرها.
- إعداد تقرير مجلس الإدارة واعتماده قبل نشره.
- الموافقة على الأعمال والعقود والمشاريع وفقاً لجدول الصلاحيات.
- التوصية للجمعية العامة فيما يتعلق باستخدام الاحتياطي الاتفاقي للشركة في حال عدم تخصيصه لغرض معين، واقتراح طريقة توزيع الأرباح.
- إبلاغ الجمعية العامة عند انعقادها بالأعمال والعقود التي يكون لأحد أعضاء المجلس مصلحة مباشرة أو غير مباشرة فيها، ويرافق هذا التبليغ تقرير خاص من مراجع حسابات الشركة الخارجي.
- يجوز للمجلس تفويض أي من أعضاء المجلس بمهام معينة لمدة محددة بقرار مكتوب يصدره في هذا الشأن، وفي جميع الأحوال للمجلس مراجعة أي من القرارات المتخذة بناءً على هذا التفويض.

تكوين مجلس الإدارة

يتكون مجلس إدارة شركة الماجد للعود من (5) أعضاء، تم تعيينهم حسب نظام الشركة الأساسي من قبل الجمعية العادية للمساهمين. ويحدد نظام الشركات ولوائح حوكمة الشركات والنظام الأساسي للشركة ودليل حوكمة الشركة الداخلي واجبات مجلس الإدارة ومسؤولياته.

بدأت دورة المجلس الحالية من تاريخ 2023/03/21م ولمدة أربع سنوات تنتهي في 2027/03/21م. وفيما يلي أعضاء مجلس الإدارة:

السير الذاتية لأعضاء مجلس الإدارة:



ماجد علي عثمان الماجد
رئيس مجلس الإدارة (غير التنفيذي)

المؤهل العلمي

ابتدائية عماد الدين بالرياض في عام 1976م

المناصب التنفيذية الحالية

لا يوجد

المناصب التنفيذية السابقة

المدير العام للشركة، منذ عام 2018م حتى عام 2023م.

العضويات الحالية الأخرى

داخل المملكة العربية السعودية

لا يوجد

خارج المملكة العربية السعودية

لا يوجد

العضويات السابقة الأخرى

داخل المملكة العربية السعودية

رئيس مجلس المديرين للشركة، منذ عام 2010م حتى عام 2018م.

خارج المملكة العربية السعودية

لا يوجد



ثامر سعد علي الماجد
نائب رئيس مجلس الإدارة - تنفيذي (نائب الرئيس التنفيذي)

المؤهل العلمي

بكالوريوس المحاسبة من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، في مدينة الرياض، المملكة، في عام 2012

المناصب التنفيذية الحالية

نائب الرئيس التنفيذي في الشركة منذ عام 2025

المناصب التنفيذية السابقة

- نائب الرئيس التنفيذي للمالية في الشركة منذ عام 2019م وحتى 2024م
- المدير التنفيذي للشركة من 2013 إلى 2019

العضويات الحالية الأخرى

داخل المملكة العربية السعودية

عضو مجلس إدارة شركة «شور باي» وهي شركة مساهمة مغلقة في مجال التقنية المالية، منذ عام 2021

خارج المملكة العربية السعودية

لا يوجد

العضويات السابقة الأخرى

داخل المملكة العربية السعودية

لا يوجد

خارج المملكة العربية السعودية

لا يوجد



وليد خالد علي الماجد
عضو مجلس إدارة تنفيذي (العضو المنتدب - الرئيس التنفيذي)

المؤهل العلمي

حاصل على شهادة الثانوية العامة من مجمع الامير سلطان التعليمي بمدينة الرياض في عام 2004م

المناصب التنفيذية الحالية

الرئيس التنفيذي للشركة من تاريخ 2022/01/01

المناصب التنفيذية السابقة

- نائب الرئيس التنفيذي لمشتريات العود ومدير إدارة العقار للشركة، منذ عام 2019م حتى عام 2022
- نائب الرئيس التنفيذي للمشتريات الدولية للعود ومشتقاته للشركة، منذ عام 2015م حتى عام 2019م
- نائب مدير إدارة العقار للشركة، من 2009م حتى 2015م

العضويات الحالية الأخرى

داخل المملكة العربية السعودية

لا يوجد

خارج المملكة العربية السعودية

لا يوجد

العضويات السابقة الأخرى

داخل المملكة العربية السعودية

عضو لجنة البخور والعطور بالغرفة التجارية بالرياض، منذ عام 2021 حتى 2024م

خارج المملكة العربية السعودية

لا يوجد



أحمد إبراهيم عبد العزيز السنيدي
عضو مجلس إدارة (مستقل)



المؤهل العلمي

- بكالوريوس في المحاسبة من جامعة الملك سعود، المملكة، في عام 2008م
- الماجستير في المحاسبة والمالية من جامعة بانجور، المملكة المتحدة، في عام 2013م
- زمالة المحاسبين السعوديين من الهيئة السعودية للمحاسبين والمراجعين، المملكة، في عام 2016م
- زمالة جمعية المحاسبين الإداريين من المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين المعتمدين، الولايات المتحدة الأمريكية 2022م

المناصب التنفيذية الحالية

مدير الإدارة المالية لإحدى الشركات التابعة لصندوق الاستثمارات العامة، وهي شركة تعمل في قطاع التطوير العقاري، منذ عام 2021م

المناصب التنفيذية السابقة

- مدير الإدارة المالية في الهيئة العامة للموائن، وهي هيئة حكومية لتشغيل الموائن والخدمات اللوجستية من عام 2020 إلى عام 2021
- مدير قسم توحيد القوائم المالية للكيانات ذات الأغراض الخاصة في شركة الاتصالات السعودية (STC)، وهي شركة مساهمة مدرجة تعمل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من عام 2016 إلى عام 2020

العضويات الحالية الأخرى

داخل المملكة العربية السعودية

- رئيس لجنة المراجعة في الشركة منذ عام 2023
- عضو لجنة الترشيحات والمكافآت في الشركة منذ عام 2023

خارج المملكة العربية السعودية

لا يوجد

العضويات السابقة الأخرى

داخل المملكة العربية السعودية

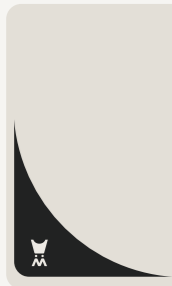
- عضو لجنة المراجعة في شركة آفاق للأغذية، وهي شركة مساهمة مدرجة تعمل في مجال الأغذية من عام 2022 إلى عام 2024
- رئيس لجنة المراجعة في شركة تبوك للتنمية الزراعية، وهي شركة مساهمة مدرجة تعمل في مجال الزراعة، من عام 2021 إلى عام 2024
- عضو لجنة المراجعة في شركة تبوك للتنمية الزراعية، وهي شركة مساهمة مدرجة تعمل في مجال الزراعة، من عام 2018 إلى عام 2025

خارج المملكة العربية السعودية

لا يوجد



ياسر زومان سعد الزومان
عضو مجلس إدارة (مستقل)



المؤهل العلمي

- ماجستير في إدارة الأعمال من جامعة استون، المملكة المتحدة، في عام 2012م
- الزمالة السعودية للمحاسبين القانونيين من الهيئة السعودية للمحاسبين والمراجعين، المملكة، في عام 2010م
- بكالوريوس في المحاسبة من جامعة القصيم، المملكة، في عام 2007م

المناصب التنفيذية الحالية

الرئيس التنفيذي في شركة ياسر زومان الزومان وخالد فوزان الفهد وزاهر عبد الله الحجاج للاستشارات المهنية، وهي شركة مساهمة تعمل في قطاع المحاسبة والمراجعة والقانونية منذ عام 2016

المناصب التنفيذية السابقة

- الرئيس المالي لشركة وطني للحديد والصلب، وهي شركة مساهمة مدرجة، وتعمل في قطاع صناعة الحديد، منذ عام 2015م حتى عام 2016م
- المدير المالي لشركة التدريع للصناعة، وهي شركة ذات مسؤولية محدودة، وتعمل في قطاع صناعة السيارات العسكرية، منذ عام 2013م حتى عام 2015م
- المدير المالي لشركة أساطير السعودية، وهي شركة مساهمة مغلقة، وتعمل في قطاع صناعة المباني الجاهزة، في عام 2013م

العضويات الحالية الأخرى

داخل المملكة العربية السعودية

- رئيس لجنة الترشيحات والمكافآت للشركة، منذ عام 2023
- عضو لجنة المراجعة للشركة، منذ عام 2023م
- رئيس لجنة المراجعة لشركة أساس مكين للتطوير العقاري، وهي شركة مساهمة مغلقة، وتعمل في قطاع التطوير العقاري، منذ عام 2022م
- رئيس مجلس الإدارة في شركة ياسر زومان الزومان وخالد فوزان الفهد وزاهر عبد الله الحجاج للاستشارات المهنية، وهي شركة مساهمة تعمل في قطاع المحاسبة والمراجعة والقانونية منذ عام 2024م
- رئيس لجنة المراجعة لشركة علو العقارية، وهي شركة مساهمة غير مدرجة، وتعمل في قطاع التطوير العقاري، منذ عام 2025م

خارج المملكة العربية السعودية

لا يوجد

العضويات السابقة الأخرى

داخل المملكة العربية السعودية

- عضو مجلس إدارة مستقل ورئيس لجنة المراجعة لشركة وطني للحديد والصلب، وهي شركة مساهمة مدرجة، وتعمل في قطاع صناعة الحديد، منذ عام 2020م حتى عام 2024م
- عضو لجنة المراجعة لشركة شور لتقنية المعلومات، وهي شركة مساهمة مدرجة، وتعمل في قطاع تكنولوجيا المعلومات، منذ عام 2022م حتى عام 2024م
- رئيس لجنة المراجعة لشركة الدعجان القابضة، وهي شركة مساهمة مغلقة، وتعمل في قطاع الاستثمار، منذ عام 2020م حتى عام 2024م
- عضو مجلس المديرين في شركة واحة الأعمال النسائية، وهي شركة ذات مسؤولية محدودة، وتعمل في قطاع التقنية
- عضو مجلس إدارة مستقل وعضو لجنة المراجعة في شركة شور لتقنية المعلومات، وهي شركة مساهمة مدرجة، وتعمل في قطاع تكنولوجيا المعلومات، منذ عام 2022م

خارج المملكة العربية السعودية

لا يوجد

لجان مجلس الإدارة

لتعزيز كفاءة حوكمة الشركات ووفقاً للوائح المعمول بها، أنشأ مجلس الإدارة العديد من اللجان حيث تعمل كل لجنة بموجب ميثاقها الخاص الذي يحدد دورها ومسؤولياتها وصلاحياتها.

نتائج تقييم مجلس الإدارة

تجري الشركة تقييماً ذاتياً سنوياً لأداء مجلس الإدارة ولجانه المنبثقة، تحت إشراف لجنة الترشيحات والمكافآت، وبما يعزز كفاءة الأداء ويدعم التحسين المستمر وتحقيق أفضل الممارسات المؤسسية.

لجنة المراجعة

إن وجود نظام رقابة داخلية فعال هو أحد المسؤوليات المناطة بمجلس الإدارة، وتتمثل المهمة الأساسية للجنة المراجعة في التحقق من كفاية الإدارة، وتتمثل المهمة الأساسية في تطبيق نظام الرقابة الداخلية وتنفيذه بفاعلية، وتقديم التوصيات لمجلس الإدارة التي من شأنها تفعيل النظام وتطويره بما يحقق أغراض الشركة. كما تكون اللجنة مسؤولة أيضاً عن اعتماد سياسات وإجراءات إدارة المخاطر ومراجعة أنشطة تقييم المخاطر وخطط الحد من تأثير تلك المخاطر قبل العرض على مجلس الإدارة، بالإضافة إلى التأكد من الالتزام بقواعد وممارسات حوكمة الشركة الصادرة عن هيئة السوق المالية ودليل الحوكمة الخاص بالشركة.

وقد قام مجلس إدارة الشركة باعتماد لائحة عمل لجنة المراجعة والموافقة على عرضها للجمعية العامة في جلسته المنعقدة بتاريخ 1444/12/04 هـ (الموافق 2023/06/22م)، كما تم اعتمادها من الجمعية العامة العادية للشركة في جلستها المنعقدة بتاريخ 1445/01/21 هـ (الموافق 2023/08/08م). كما وافقت الجمعية العامة للشركة في جلستها المنعقدة بتاريخ 1445/10/26 هـ (الموافق 2024/05/05م) على لائحة عمل لجنة المراجعة المحدثة.

يشمل نطاق عمل اللجنة الأدوار والمسؤوليات الرئيسية التالية، من بين أمور أخرى:

- الإشراف على أعمال إدارة المراجعة الداخلية، واعتماد خطة المراجعة الداخلية السنوية.
- مراجعة أنظمة الرقابة الداخلية والمالية والإفصاح الخاصة بالشركة والتأكد من كفايتها حتى تتمكن الشركة من مزاولة أعمالها وتقديم التوصيات إلى مجلس الإدارة في هذا الشأن.

- تقديم التوصيات إلى مجلس الإدارة لترشيح المراجع الخارجي وعزله وتحديد مكافآته وتقييم أدائه.
- التحقق من استقلالية المراجع وموضوعيته ونزاهته وفعالية أنشطته المراجعة.
- مراجعة تقرير مراجع الحسابات وملاحظاته على البيانات المالية ومتابعة الإجراءات المتخذة بشأنها.
- متابعة عمل المراجع وضمان امتثال المراجع لنطاق العمل المحدد ومناقشة استفساراته والرد عليها.
- تحليل البيانات المالية للشركة قبل عرضها على مجلس الإدارة وإبداء الرأي فيها لضمان سلامتها ونزاهتها وشفافيتها.
- دراسة السياسات المحاسبية التي تتبعها الشركة وتقديم الرأي والتوصيات بشأنها إلى مجلس الإدارة.
- تحديد مدى تقبل الشركة للمخاطر وقدرتها على تحملها، وضمان فعالية إجراءات الشركة لحماية نفسها من الدعاوى القضائية الناجمة عن مخاطر عدم الامتثال للقوانين واللوائح ذات الصلة.
- النظر في أي تضارب في المصالح قد ينشأ لأي عضو من أعضاء مجلس الإدارة ولجانه.

تتكون لجنة المراجعة من ثلاثة إلى خمسة أعضاء غير تنفيذيين يعينهم مجلس الإدارة لمدة مساوية لدورة المجلس، ويجب أن تتضمن اللجنة على عضو مستقل واحد على الأقل وعضو مختص في الشؤون المالية والمحاسبة. مع مراعاة المتطلبات المطبقة على أعضائها حيث يتم تشكيل لجنة المراجعة بقرار من مجلس الإدارة وتم تعيين الأعضاء التالية أسماؤهم في لجنة المراجعة من قبل مجلس الإدارة في الاجتماع الذي عقد في تاريخ 22 يونيو 2023.

وصف لأي مصلحة وأوراق مالية تعاقدية وحقوق اكتتاب تعود لأعضاء مجلس إدارة واقربائهم (الزوجة والأبناء القصر) في أسهم أو أدوات دين الشركة أو الشركات التابعة مع توضيح التغيير في تلك المصلحة أو تلك الحقوق خلال عام 2025.

#	مالك السهم	إجمالي عدد الأسهم المملوكة اعتباراً من 2025/01/01	إجمالي عدد الأسهم المملوكة حتى تاريخ 2025/12/31	صافي التغيير، الأسهم	التغيير الصافي (%)
1	ماجد علي عثمان الماجد	3,937,500	3,977,225	39,725	+1.009%
2	وليد خالد علي الماجد	0	4,783	4,783	لا ينطبق

لا توجد أي مصلحة أو أوراق مالية تعاقدية أو حقوق اكتتاب تعود لأعضاء مجلس إدارة الشركة أو أقربائهم (الزوجة والأبناء القصر) في أسهم أو أدوات دين الشركة أو الشركات التابعة لها خلال عام 2025م، وذلك بخلاف ما تم الإفصاح عنه في الجدول أعلاه، كما لم يطرأ أي تغيير آخر على تلك المصالح أو الحقوق خلال الفترة محل التقرير.

وصف لأي مصلحة وأوراق مالية تعاقدية وحقوق اكتتاب تعود لكبار التنفيذيين واقربائهم (الزوجة والأبناء القصر) في أسهم أو أدوات دين الشركة أو الشركات التابعة مع توضيح التغيير في تلك المصلحة أو تلك الحقوق خلال عام 2025.

#	مالك السهم	إجمالي عدد الأسهم المملوكة اعتباراً من 2025/01/01	إجمالي عدد الأسهم المملوكة حتى تاريخ 2025/12/31	صافي التغيير، الأسهم	التغيير الصافي %
1	وليد خالد علي الماجد	0	4,783	4,783	لا ينطبق

لا توجد أي مصلحة أو أوراق مالية تعاقدية أو حقوق اكتتاب تعود لكبار التنفيذيين في الشركة أو أقربائهم (الزوجة والأبناء القصر) في أسهم أو أدوات دين الشركة أو الشركات التابعة لها خلال عام 2025م، وذلك بخلاف ما تم الإفصاح عنه في الجدول أعلاه، كما لم يطرأ أي تغيير آخر على تلك المصالح أو الحقوق خلال الفترة محل التقرير.

اجتماعات مجلس الإدارة

عقد مجلس إدارة شركة الماجد للعطور ست اجتماعات في عام 2025. فيما يلي اجتماعات المجلس وسجل حضور الأعضاء:

#	اسم العضو / تاريخ الاجتماع	حضور الاجتماع الأول 2025/01/12	حضور الاجتماع الثاني 2025/03/05	حضور الاجتماع الثالث 2025/05/22	حضور الاجتماع الرابع 2025/07/29	حضور الاجتماع الخامس 2025/10/26	حضور الاجتماع السادس 2025/12/31
1	ماجد علي عثمان الماجد	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	ثامر سعد علي الماجد	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	وليد خالد علي الماجد	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4	أحمد إبراهيم عبد العزيز السندي	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5	ياسر زومان سعد الزومان	✓	✓	✓	✓	✓	✓

أحمد إبراهيم عبدالعزيز السنيدي

رئيس لجنة المراجعة، عضو مجلس الإدارة (مستقل)

يرجى الاطلاع على السير الذاتية لأعضاء مجلس الإدارة أعلاه.

فيصل محمد حماد العبيد

عضو في لجنة المراجعة (عضو من خارج المجلس)

المؤهل العلمي

- حاصل على شهادة من الهيئة السعودية للمحاسبين القانونيين والمهنيين، المملكة العربية السعودية 2022
- ماجستير إدارة أعمال من الجامعة الخليجية، مملكة البحرين عام 2012
- بكالوريوس في المحاسبة من جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية 2007

المناصب التنفيذية الحالية

نائب رئيس المجموعة للاستثمار والاستراتيجية والتميز في الشركة السعودية للنقل الجماعي وهي شركة مساهمة مدرجة تعمل في مجال النقل منذ عام 2018.

الخبرة السابقة

- نائب الرئيس للاستثمار في شركة ميراس القابضة، وهي شركة ذات مسؤولية محدودة تعمل في مجال الاستثمار من عام 2016 إلى عام 2018
- مدير قطاع الاستثمار في شركة الراجحي كابيتال، وهي شركة ذات مسؤولية محدودة تعمل في مجال الاستثمار، من عام 2012 إلى عام 2016

العضويات الحالية الأخرى

- **داخل المملكة العربية السعودية**
- رئيس لجنة المراجعة لشركة «وطني للحديد والصلب»، وهي شركة مساهمة مدرجة تعمل في مجال تصنيع الحديد منذ عام 2023
- عضو في لجنة المراجعة لشركة شور العالمية للتقنية، وهي شركة مساهمة مدرجة تعمل في قطاع تقنية المعلومات منذ عام 2023م
- عضو لجنة المراجعة في شركة «تكامل» لحلول الأعمال، وهي شركة ذات مسؤولية محدودة تعمل في مجال تقنية المعلومات منذ عام 2021
- عضو في مجلس الإدارة لشركة نقل العاصمة، وهي شركة مساهمة ذات مسؤولية محدودة تعمل في قطاع النقل منذ عام 2020م

خارج المملكة العربية السعودية

لا يوجد

العضويات السابقة الأخرى

داخل المملكة العربية السعودية

لا يوجد

خارج المملكة العربية السعودية

لا يوجد

نايف سعد عبد الرحمن القرني

عضو في لجنة المراجعة (عضو من خارج المجلس)

المؤهل الأكاديمي

- الزمالة السعودية للمحاسبين القانونيين من الهيئة السعودية للمحاسبين والمراجعين بالمملكة في عام 2016م
- ماجستير إدارة الأعمال من جامعة نوتردام دي نامور، الولايات المتحدة الأمريكية 2012
- بكالوريوس في المحاسبة من جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية 2005

المناصب التنفيذية الحالية

- نائب الرئيس للمراجعة الداخلية، للشركة السعودية لتقنية المعلومات، وهي شركة مساهمة مغلقة تعمل في مجال تقنية المعلومات منذ عام 2022

المناصب التنفيذية السابقة.

- مدير عام للمراجعة الداخلية للعمليات التشغيلية وتقنية المعلومات لشركة قنوات الاتصالات السعودية، وهي شركة مساهمة مغلقة تعمل في قطاع التجزئة والتوزيع لخدمات الاتصالات، وذلك منذ عام 2018م حتى عام 2021م
- مدير المراجعة الداخلية بهيئة توليد الوظائف ومكافحة البطالة، وهي هيئة حكومية تعمل في قطاع التوظيف، وذلك منذ عام 2017م حتى عام 2018م
- المدير المكلف لوحدة المراجعة الداخلية للعمليات التشغيلية لصندوق التنمية الصناعية السعودي، وهي مؤسسة مالية حكومية تعمل في قطاع التنمية الصناعية، وذلك منذ عام 2007م حتى عام 2017م

ياسر زومان سعد الزومان

عضو لجنة المراجعة - عضو مجلس إدارة (مستقل)

يرجى الاطلاع على السير الذاتية لأعضاء مجلس الإدارة أعلاه.

العضويات الأخرى الحالية

داخل المملكة العربية السعودية

لا يوجد

خارج المملكة العربية السعودية

لا يوجد

العضويات الأخرى السابقة

داخل المملكة العربية السعودية

عضو لجنة المراجعة المستقل في شركة شور جلوبال تكنولوجي، وهي شركة مساهمة مدرجة تعمل في قطاع تقنية المعلومات داخل المملكة، وذلك خلال الفترة من 2024 إلى 2025

خارج المملكة العربية السعودية

لا يوجد

اجتماعات لجنة المراجعة

عقدت لجنة المراجعة خلال عام 2025 (7) اجتماعات وفيما يلي اجتماعات اللجنة وسجل الأعضاء الحاضرين والمتغييبين.

#	اسم العضو/ تاريخ الاجتماع	حضور الاجتماع الأول 2025/02/05	حضور الاجتماع الثاني 2025/02/26	حضور الاجتماع الثالث 2025/04/28	حضور الاجتماع الرابع 2025/05/07	حضور الاجتماع الخامس 2025/07/28	حضور الاجتماع السادس 2025/10/23	حضور الاجتماع السابع 2025/12/29
1	أحمد إبراهيم عبد العزيز السنيدي	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	فيصل محمد حماد العبيد	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	نايف سعد عبد الرحمن القرني	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4	ياسر زومان سعد الزومان	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

تقرير لجنة المراجعة التابعة لمجلس الإدارة إلى الجمعية العامة للسنة المالية المنتهية في 31 ديسمبر 2025

بناءً على لأئحة عمل لجنة المراجعة المعتمدة من الجمعية العامة العادية للشركة المنعقدة بتاريخ 05 / 05 / 2024 م، فإن عدد أعضاء اللجنة هو (4) أعضاء تم تعيينهم من قبل مجلس إدارة الشركة وتنطبق عليهم شروط العضوية المنصوص عليها. وقد اجتمعت اللجنة خلال عام 2025 م عدد (7) اجتماعات قامت خلالها بأداء المهام والمسؤوليات المنوطة بها.

قامت لجنة المراجعة بمراجعة القوائم المالية الأولية والسنوية قبل عرضها على مجلس الإدارة، ودراسة المسائل الجوهرية والتقديرات المحاسبية المهمة ذات العلاقة بالتقارير المالية، وتقييم مدى كفاية وفعالية أنظمة الرقابة الداخلية وإدارة المخاطر، وذلك استناداً إلى التقارير الدورية والاجتماعات المنعقدة مع الإدارة التنفيذية والمراجع الداخلي ومراجع الحسابات.

كما قامت اللجنة بالاطلاع على نتائج تقارير المراجعة الداخلية والتأكد من متابعة تنفيذ الإجراءات اللازمة والتصحيحية للملاحظات الواردة فيها، والاطلاع والإشراف على أداء وأنشطة المراجع الداخلي وإدارة المراجعة الداخلية في الشركة والتحقق من توافر الموارد اللازمة وفعاليتها في أداء الأعمال والمهام المنوطة بها.

كما تم التحقق من استقلالية مراجع الحسابات الخارجي، ومدى فاعلية أعمال المراجعة التي قام بها، والتحقق من عدم تقديمه أعمالاً فنية أو إدارية تخرج عن نطاق المراجعة، ودراسة خطة تقرير مراجع الحسابات وملاحظاته على القوائم المالية ومتابعة ما تم اتخاذه بشأنها.

رأي لجنة المراجعة في مدى كفاية نظم الرقابة الداخلية والمالية وإدارة المخاطر :

إن لجنة المراجعة ووفقاً لنطاق عملها، وبناء على المعلومات المقدمة لها من إدارة الشركة والمراجع الداخلي ومراجع الحسابات الصادرة خلال هذا العام

لجنة الترشيحات والمكافآت

تتمثل المهمة الأساسية للجنة الترشيحات والمكافآت في تحديد السياسات والإجراءات المتعلقة بترشيح أعضاء مجلس الإدارة واللجان المنبثقة منه وأعضاء الفريق التنفيذي، بالإضافة إلى تحديد السياسات والإجراءات المتعلقة بالتعويضات. ويشمل نطاق عمل اللجنة القيام بكل الأعمال التي تمكنها من تحقيق مهامها، ومنها:

1. اقتراح سياسات ومعايير واضحة للعضوية في مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية.
2. التوصية لمجلس الإدارة بترشيح أعضاء فيه وإعادة ترشيحهم وفقاً للسياسات والمعايير المعتمدة، مع مراعاة عدم ترشيح أي شخص سبق إدانته بجريمة مخلة بالأمانة.
3. إعداد وصف للقدرات والمؤهلات المطلوبة لعضوية مجلس الإدارة وشغل وظائف الإدارة التنفيذية.
4. تحديد الوقت الذي يتعين على العضو تخصيصه لأعمال مجلس الإدارة.
5. المراجعة السنوية للاحتياجات اللازمة من المهارات أو الخبرات المناسبة لعضوية مجلس الإدارة ووظائف الإدارة التنفيذية.
6. مراجعة هيكل مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية وتقديم التوصيات بشأن التغييرات التي يمكن إجراؤها.
7. التحقق بشكل سنوي من استقلال الأعضاء المستقلين، وعدم وجود أي تعارض مصالح إذا كان العضو يشغل عضوية مجلس إدارة شركة أخرى.
8. وضع وصف وظيفي للأعضاء التنفيذيين والأعضاء غير التنفيذيين والأعضاء المستقلين وكبار التنفيذيين.
9. تحديد جوانب الضعف والقوة في مجلس الإدارة واقتراح الحلول لمعالجتها بما يتفق مع مصلحة الشركة.
10. وضع الإجراءات الخاصة في حال شغور مركز أحد أعضاء مجلس الإدارة أو كبار التنفيذيين.

11. إعداد سياسة واضحة لمكافآت أعضاء مجلس الإدارة واللجان المنبثقة عن المجلس والإدارة التنفيذية ورفعها إلى مجلس الإدارة للنظر فيها تمهيداً لاعتمادها من الجمعية العامة، مع مراعاة أن ترتبط تلك السياسة بمعايير الأداء والإفصاح عنه والتحقق من تنفيذها.
12. توضيح العلاقة بين المكافآت الممنوحة وسياسة المكافآت المعمول بها وبيان أي انحراف جوهري عن هذه السياسة.
13. المراجعة الدورية لسياسة المكافآت وتقييم مدى فعاليتها في تحقيق الأهداف المرجوة منها.
14. التوصية لمجلس الإدارة بمكافآت أعضاء مجلس الإدارة واللجان المنبثقة عنه وكبار التنفيذيين بالشركة وفقاً للسياسة المعتمدة.


وتتكون لجنة الترشيحات والمكافآت من (3) أعضاء على الأقل وبما لا يزيد عن (5) أعضاء، يتم تعيينهم من قبل مجلس إدارة الشركة لمدة ماثلة لدورة مجلس الإدارة، مع مراعاة الشروط الواجب توافرها في أعضاء اللجنة. وعلى مجلس الإدارة اتخاذ الإجراءات اللازمة لتمكين اللجنة من القيام بالمهام المنوطة بها، بما في ذلك الاطلاع على كافة البيانات والمعلومات والتقارير والقيود والسجلات والمراسلات أو غير ذلك من الأمور التي ترى اللجنة أهمية الاطلاع عليها، وذلك بدون أي قيود.

قام مجلس إدارة الشركة باعتماد لأئحة عمل لجنة الترشيحات والمكافآت والموافقة على عرضها للجمعية العامة في جلسته المنعقدة بتاريخ 1444/12/04هـ (الموافق 2023/06/22م). كما تم اعتمادها من الجمعية العامة العادية للشركة في جلستها المنعقدة بتاريخ 1445/01/21هـ (الموافق 2023/08/08م). وقد تم تعيين الأعضاء التالية أسماؤهم في لجنة الترشيحات والمكافآت في اجتماع مجلس الإدارة المنعقد بتاريخ 1444/12/04هـ (الموافق 2023/06/22م).

الإدارة التنفيذية


#	الاسم	المنصب
1	وليد خالد علي الماجد	الرئيس التنفيذي
2	ثامر سعد علي الماجد	نائب الرئيس التنفيذي
3	فراس ضرار شحادة مسمار	الرئيس التنفيذي للشؤون المالية
4	عبد الرحمن خالد علي الماجد	الرئيس التنفيذي للمبيعات والتسويق والعمليات الدولية ²
5	محمد ابراهيم محمد الدامغ	الرئيس التنفيذي للموارد البشرية
6	رمضان محمد محمدين أحمد	مدير عام سلاسل الإمداد والإنتاج

السير الذاتية للإدارة التنفيذية



وليد خالد علي الماجد / الرئيس التنفيذي
الرئيس التنفيذي

يرجى الاطلاع على السير الذاتية لأعضاء مجلس الإدارة أعلاه.



ثامر سعد علي الماجد
نائب رئيس مجلس الإدارة، تنفيذي (نائب الرئيس التنفيذي)

يرجى الاطلاع على السير الذاتية لأعضاء مجلس الإدارة أعلاه.

ياسر زومان سعد الزومان

رئيس لجنة الترشيحات والمكافآت، عضو مجلس الإدارة (مستقل)

يرجى الاطلاع على السير الذاتية لأعضاء مجلس الإدارة أعلاه.

أحمد إبراهيم عبد العزيز السنيدي

عضو لجنة الترشيحات والمكافآت - عضو مجلس إدارة (مستقل)

يرجى الاطلاع على السير الذاتية لأعضاء مجلس الإدارة أعلاه.

فيصل محمد حماد العبيد

(عضو من خارج مجلس الإدارة)¹

يرجى الاطلاع على السير الذاتية لأعضاء لجنة المراجعة أعلاه.

اجتماعات لجنة الترشيحات والمكافآت

عقدت لجنة الترشيحات والمكافآت (2) اجتماعين في عام 2025. يوضح الجدول أدناه معلومات حول تواريخ هذه الاجتماعات وحضور الأعضاء:

#	اسم العضو / تاريخ الاجتماع	حضور الاجتماع الأول 2025/03/24	حضور الاجتماع الثاني 2025/12/11
1	ياسر زومان سعد الزومان	✓	✓
2	أحمد إبراهيم عبد العزيز السنيدي	✓	✓
3	فيصل محمد حماد العبيد	✓	✓

¹ تم تعيين العضو فيصل محمد العبيد بموجب قرار مجلس الإدارة الصادر بتاريخ 2024/02/06م.



فراس ضرار شحادة مسمار
الرئيس التنفيذي للشؤون المالية

المؤهلات

- ماجستير إدارة المشروعات من جامعة ميد أوغن 2023م
- ماجستير نظم معلومات إدارية من معهد نيويورك للتكنولوجيا، الأردن 2004م
- بكالوريوس علوم المحاسبة من الجامعة الأردنية، الأردن 2000م

الخبرة العملية السابقة

- الرئيس التنفيذي للشؤون المالية - مجموعة الوعلان التجارية 2023-2024م
- الرئيس التنفيذي للشؤون المالية - شركة ماجد الفطيم للترفيه 2021-2023م
- الرئيس التنفيذي للشؤون المالية - شركة القثمي 2020-2021م
- الرئيس التنفيذي للشؤون المالية - شركة الموارد 2016-2020م



عبد الرحمن خالد علي الماجد
الرئيس التنفيذي للقطاع التجاري¹

المؤهلات

- حاصل على شهادة الثانوية العامة في عام 2012م

الخبرة العملية السابقة

- مدير عام إدارة التجارة الالكترونية (المكلف) للشركة، منذ عام 2021م حتى 2024م
- نائب الرئيس للمبيعات والعمليات الدولية للشركة، منذ عام 2021م حتى 2024م
- مدير إدارة التسويق (المكلف) للشركة، منذ عام 2021م حتى عام 2022م
- المدير الاقليمي لفرع دولة الكويت للشركة، منذ عام 2018م حتى عام 2022م
- مدير إقليمي للشركة، منذ عام 2014م حتى عام 2021م



محمد إبراهيم محمد الداغ
الرئيس التنفيذي للموارد البشرية

المؤهلات

- دبلوم في إدارة الموارد البشرية من غرفة التجارة بالرياض، المملكة العربية السعودية 2004م
- بكالوريوس في اللغة الألمانية من جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية 2002م

الخبرة العملية السابقة

- مدير عام إدارة الموارد البشرية والتخطيط الاستراتيجي للشركة، منذ عام 2023 وحتى عام 2024م
- مدير إدارة الموارد البشرية والشؤون الادارية للشركة، منذ عام 2018م وحتى عام 2023م
- مدير إدارة الموارد البشرية لشركة عبد الله بن سعيدان، وهي شركة مساهمة مغلقة، وتعمل في القطاع العقاري، منذ عام 2017م حتى عام 2018م
- مدير إدارة الموارد البشرية لشركة تامبين السعودية المحدودة التابعة لمجموعة عبد الله أبو نيان، وهي شركة ذات مسؤولية محدودة، وتعمل في قطاع الانشاءات والمياه ومحطات المعالجة، منذ عام 2015م حتى عام 2016م
- مدير إدارة الموارد البشرية لشركة KSB التابعة لمجموعة عبد الله أبو نيان، وهي شركة ذات مسؤولية محدودة، وتعمل في قطاع تصنيع المضخات، منذ يناير عام 2016م حتى أغسطس عام 2016م
- مدير شؤون الموظفين لشركة كارفور، وهي شركة عالمية، تعمل في مجال بيع التجزئة، منذ عام 2006م حتى عام 2009م
- مدير الموارد البشرية لشركة الرياض للتعمير، وهي شركة مساهمة عامة مدرجة تعمل في قطاع الخدمات
- مدير إدارة الموارد البشرية لشركة الرياض للتعمير، وهي شركة مساهمة مطروحة، وتعمل في قطاع الخدمات الحكومية والتأجير، منذ عام 2009م حتى عام 2014م



رمضان محمد محمد أحمد
مدير عام سلاسل الإمداد والإنتاج

المؤهلات

- ماجستير إدارة الأعمال التنفيذي من جامعة كارديف، ويلز، المملكة المتحدة، 2025م
- ماجستير في إدارة سلسلة التوريد واللوجستيات الدولية من الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري، مصر، 2012م
- بكالوريوس في التجارة وإدارة الأعمال من جامعة القاهرة، مصر، 1992م

الخبرة العملية السابقة

- مدير سلاسل الإمداد لشركة تروفي، 2021-2024م، الرياض، المملكة العربية السعودية
- مدير سلاسل الإمداد لشركة وحدة الغذاء - يزيد الراجحي، 2018-2021م، الرياض، المملكة العربية السعودية
- مدير إقليمي لسلاسل الإمداد لشركة بن زقر - كوروا، 2015-2018م، جدة، المملكة العربية السعودية
- مدير إقليمي لسلاسل الإمداد لشركة أمريكانا، 2014-2015م، جدة، المملكة العربية السعودية
- مدير تخطيط سلاسل الإمداد لشركة حلواني إخوان، 2012-2014م، جدة، المملكة العربية السعودية
- نائب رئيس سلاسل الإمداد لشركة إفكو ألانا، 2011-2012م، القاهرة، مصر

¹ تم تغيير المسمى الوظيفي لـ «الرئيس التنفيذي للمبيعات والتسويق والعمليات الدولية» إلى الرئيس التنفيذي للقطاع التجاري» بموجب قرار مجلس الإدارة الصادر بتاريخ 2026/02/05م.

<div> <div><div> </div></div></div> <div>نظرة عامة</div> <div>عن الشركة</div>	<div> <div><div> </div></div></div> <div>التوجهات</div> <div>الاستراتيجية</div>
---	---

المكافآت

دون الاخلال بالمتطلبات النظامية والنظام الأساسي للشركة ومتطلبات لائحة الحوكمة تخضع مكافآت أعضاء مجلس الإدارة واللجان المنبثقة عنه والإدارة التنفيذية للمعايير التالية:

- انسجامها مع استراتيجية الشركة وأهدافها.
- أن تقدم المكافآت بغرض حث أعضاء مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية على إنجاح الشركة وتنميتها على المدى الطويل.
- أن تحدد المكافآت بناء على مستوى الوظيفة والمهام والمسؤوليات المنوطة بشاغلها والمؤهلات العلمية والخبرات العملية والمهارات ومستوى الأداء.
- انسجامها مع حجم طبيعة ودرجة المخاطر لدى الشركة.
- الأخذ في الاعتبار ممارسات الشركات الأخرى في تحديد المكافآت مع تفادي ما قد ينشأ عن ذلك من ارتفاع غير مبرر للمكافآت والتعويضات.
- أن تستهدف استقطاب الكفاءات المهنية والمحافظة عليها وتحفيزها مع عدم المبالغة فيها.

مكافآت مجلس إدارة واللجان المنبثقة عنه

وفقاً لسياسة المكافآت لأعضاء مجلس الإدارة ولجان مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية لشركة الماجد للعود، فإن مكافأة عضو مجلس الإدارة وجميع المزايا التي يحصل عليها، إن وجدت تكون وفقاً للسياسة المعتمدة من الجمعية العامة العادية ويمكن أن تشمل مبلغا ثابتا أو بدل حضور اجتماعات أو مزايا عينية أو نسبة معينة من صافي الأرباح و إذا كانت نسبة من الأرباح

مكافآت الإدارة التنفيذية

تمنح الشركة لكبار التنفيذيين فيها وفقاً للإجراءات والمعايير المعتمدة من قبل مجلس الإدارة مزايا مالية محددة، بناء على سلم الرواتب بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر الراتب الشهري الأساسي والتأمين

<div> <div><div> </div></div></div> <div>مراجعة</div> <div>الأداء</div>	<div> <div><div> </div></div></div> <div>النتائج</div> <div>المالية</div>
---	---

- ان تعد بالتنسيق مع لجنة الترشيحات والمكافآت والموارد البشرية عند التعيينات الجديدة.
- تنظيم منح أسهم في الشركة لأعضاء مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية سواء أكانت اصدار جديد أم أسهما اشترتها الشركة.
- أن تكون المكافآت عادلة ومتناسبة مع اختصاصات العضو والأعمال والمسؤوليات التي يقوم بها ويتحملها أعضاء مجلس الإدارة المراد تحقيقها خلال السنة المالية.
- أن تكون المكافآت متناسبة مع نشاط الشركة والمهارة اللازمة لإدارتها.
- الأخذ بعين الاعتبار القطاع الذي يعمل فيه الشركة وحجمها وخبرة أعضاء مجلس الإدارة.
- أن تكون المكافأة كافية بشكل معقول لاستقطاب أعضاء مجلس ذوي خبرة وكفاءة مناسبة وتحفيزهم والإبقاء عليهم.

<div> <div><div> </div></div></div> <div>تقرير</div> <div>الحوكمة</div>	<div> <div><div> </div></div></div> <div>إدارة المخاطر</div> <div>والرقابة الداخلية</div>
---	---

تفصيل مكافآت أعضاء مجلس الإدارة ولجانه على النحو التالي:

مكافآت مجلس الإدارة	
بدل حضور جلسات المجلس	يصرف لرئيس المجلس وعضو مجلس الإدارة أو من ينوب عنه بدل حضور مقداره (3000) ثلاثة آلاف # عن كل جلسة من جلسات المجلس. ويصرف لأمين سر المجلس بدل حضور مقداره (2500) ألفان وخمسمائة # عن كل جلسة من جلسات المجلس.
مكافأة سنوية لرئيس مجلس الادارة	تصرف مكافأة سنوية لرئيس المجلس مقدارها (250,000) فقط مائتان وخمسون ألف # لا غير ويرتبط صرفها بعدد الجلسات التي حضرها رئيس مجلس الإدارة من مجموع الجلسات التي عقدها مجلس الإدارة خلال السنة المالية المعنية.
مكافأة سنوية لعضو مجلس الإدارة	تصرف مكافأة سنوية لعضو مجلس الإدارة المستقل مقدارها (200,000) فقط مائتان ألف # لا غير، و تصرف مكافأة سنوية لعضو مجلس الإدارة التنفيذي و الغير تنفيذي مقدارها (100,000) فقط مائة ألف # لا غير ، ويرتبط صرف المكافأة بعدد الجلسات التي حضرها عضو مجلس الإدارة من مجموع الجلسات التي عقدها مجلس الإدارة خلال السنة المالية المعنية وتقسم المكافأة السنوية بين الممثلين في حال تعيين أعضاء مجلس إدارة جديد وذلك بحسب تاريخ التعيين.
مواعيد صرف المكافآت لعضوية مجلس الإدارة	تصرف المكافآت السنوية لعضوية المجلس على الأعضاء بشكل سنوي.
مكافآت أعضاء لجنة المراجعة	
بدل حضور جلسات لجنة المراجعة	يصرف لرئيس اللجنة وعضو اللجنة أو من ينوب عنه بدل حضور مقداره (3000) ثلاثة آلاف # عن كل جلسة من جلسات اللجنة. ويصرف لأمين سر لجنة المراجعة بدل حضور مقداره (2500) ألفان وخمسمائة # عن كل جلسة من جلسات اللجنة.
مكافأة سنوية للجنة المراجعة	تصرف مكافأة سنوية لرئيس لجنة المراجعة مقدارها (50,000) فقط خمسون ألف # لا غير وتصرف مكافأة سنوية ثابتة مقدارها (50,000) فقط خمسون ألف # لا غير لأعضاء لجنة المراجعة، ويرتبط صرفها بعدد الجلسات التي حضرها عضو اللجنة من مجموع الجلسات التي عقدها اللجنة المعنية خلال السنة المالية المعنية وتقسم المكافأة السنوية بين الممثلين في حال تعيين أعضاء للجنة جدد وذلك بحسب تاريخ التعيين.
مواعيد صرف المكافآت لعضوية لجنة المراجعة	تصرف المكافآت السنوية لعضوية لجنة المراجعة على الأعضاء بشكل سنوي.
مكافآت أعضاء لجنة الترشيحات والمكافآت	
بدل حضور جلسات لجنة الترشيحات والمكافآت	يصرف لرئيس اللجنة وعضو اللجنة أو من ينوب عنه بدل حضور مقداره (3000) ثلاثة آلاف # عن كل جلسة من جلسات اللجنة. ويصرف لأمين سر لجنة الترشيحات والمكافآت بدل حضور مقداره (2500) ألفان وخمسمائة # عن كل جلسة من جلسات اللجنة.
مكافأة سنوية للجنة الترشيحات والمكافآت	تصرف مكافأة سنوية لرئيس لجنة الترشيحات والمكافآت مقدارها (50,000) فقط خمسون ألف # لا غير وتصرف مكافأة سنوية ثابتة مقدارها (50,000) فقط خمسون ألف # لا غير لأعضاء لجنة الترشيحات والمكافآت ، ويرتبط صرفها بعدد الجلسات التي حضرها عضو اللجنة من مجموع الجلسات التي عقدها اللجنة المعنية خلال السنة المالية المعنية وتقسم المكافأة السنوية بين الممثلين في حال تعيين أعضاء للجنة جدد وذلك بحسب تاريخ التعيين.
مواعيد صرف المكافآت لعضوية لجنة الترشيحات والمكافآت	تصرف المكافآت السنوية لعضوية لجنة الترشيحات والمكافآت على الأعضاء بشكل سنوي.

<div> <div><div> </div></div></div> <div>مراجعة</div> <div>الاستدامة</div>	<div> <div><div> </div></div></div> <div>إدارة المخاطر</div> <div>والرقابة الداخلية</div>
--	---

<div> <div><div> </div></div></div> <div>مراجعة</div> <div>الاستدامة</div>	<div> <div><div> </div></div></div> <div>نظرة عامة</div> <div>عن الشركة</div>
--	---

التقرير السنوي لعام 2025

الملحق

مكافآت مجلس الإدارة واللجان التابعة له

في الشركة عن السنة المالية 2025م، علما أنها تمت وفق سياسة المكافآت المعمول بها وبدون انحرافات جوهرية.

موضح أدناه تفاصيل المصاريف والمكافآت المدفوعة والمستحقة لأعضاء مجلس الإدارة وأعضاء لجان مجلس الإدارة، بالإضافة إلى الرواتب والمكافآت المدفوعة لخمسة من كبار التنفيذيين

مكافآت أعضاء مجلس الإدارة، ٢٠٢٥

الاسم	المكافآت الثابتة		المكافآت المتغيرة													
	مبلغ معين	بدل جلسات المجلس	إجمالي بدلات حضور جلسات اللجان	مزاياء عينية	تعويضات الخدمات الفنية والإدارية والاستشارية	مكافآت رئيس المجلس والعضو المنتدب وأمين السر (إن كان عضواً)	المجموع	نسبة من الأرباح	المكافآت الدورية	خطط تحفيزية قصيرة الأجل	خطط تحفيزية طويلة الأجل	الأسمم الممنوحة	المجموع	مكافأة نهاية الخدمة	المجموع الكلي	بدل المصروفات
أولاً: الأعضاء التنفيذيون																
وليد خالد علي الماجد	24,000					100,000	124,000							124,000		
ثامر سعد علي الماجد	24,000	100,000					124,000							124,000		
المجموع	48,000	100,000				100,000	248,000							248,000		
ثانياً: الأعضاء غير التنفيذيين																
ماجد علي عثمان الماجد	24,000					250,000	274,000							274,000		
المجموع	24,000					250,000	274,000							274,000		
ثالثاً: الأعضاء المستقلون																
أحمد إبراهيم عبد العزيز السندي	24,000	200,000					224,000							224,000		
ياسر زومان سعد الزومان	24,000	200,000					224,000							224,000		
المجموع	48,000	400,000					448,000							448,000		
المجموع الكلي	120,000	500,000				350,000	970,000							970,000		

مكافآت أعضاء اللجان،

المجموع	بدلات حضور الاجتماعات	المكافآت الثابتة (باستثناء حضور الجلسات)	
لجنة المراجعة			
71,000	21,000	50,000	أحمد إبراهيم عبد العزيز السنيدي
71,000	21,000	50,000	فيصل محمد حماد العبيد
71,000	21,000	50,000	نايف سعد عبد الرحمن القرني
71,000	21,000	50,000	ياسر زومان سعد الزومان
284,000	84,000	200,000	الإجمالي
لجنة الترشيحات والمكافآت			
56,000	6,000	50,000	ياسر زومان سعد الزومان
56,000	6,000	50,000	أحمد إبراهيم عبدالعزيز السنيدي
56,000	6,000	50,000	فيصل محمد حماد العبيد
168,000	18,000	150,000	الإجمالي
452,000	102,000	350,000	الإجمالي

تمثل المكافآت و بدلات الحضور المشار إليها في الجدول السابق تعويضات أعضاء اللجان و بدلات حضور الجلسات لعام 2025م التي يتم صرفها في عام 2026م.

الطبي لهم ولأسرهم، والبدلات المختلفة، ومكافأة سنوية قائمة على الأداء، وأي مكافأة أو بدلات أخرى يتم اعتمادها من مجلس إدارة الشركة.

تمنح الشركة لكبار التنفيذيين فيها وفقاً للإجراءات والمعايير المعتمدة من قبل مجلس الإدارة مزايا مالية محددة، بناء على سلم الرواتب بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر الراتب الشهري الأساسي والتأمين

التعويضات والمكافآت لكبار التنفيذيين

حوكمة الشركات. يوضح الجدول أدناه إجمالي التعويضات لأعلى خمسة من كبار التنفيذيين بالشركة، من ضمنهم الرئيس التنفيذي والمدير المالي.

قامت الشركة بالإفصاح عن مكافآت وتعويضات كبار التنفيذيين لعام 2025، وفقاً لما تنص عليه الفقرة الفرعية (ب) من الفقرة (4) من المادة 90 من لوائح

مكافآت كبار التنفيذيين، بالريال السعودي

المجموع الكلي	إجمالي مكافآت كبار التنفيذيين عن مجلس الإدارة (إن وجدت)	مكافآت نهاية الخدمة	المكافآت المتغيرة			المكافآت الثابتة						
			خطوط الحوافز قصيرة الأجل	خطوط الحوافز طويلة الأجل	الأسهم الممنوحة (يتم إدخال القيمة)	الإجمالي	نسبة من الأرباح	مكافأة دورية	المزايا العينية	البدلات	الرواتب	
14,695,859	338,302	14,307,557				5,608,226	2,802,109	5,897,222	634,286	1,573,161	3,689,755	الإجمالي

المساهمون

طلبات الحصول على سجلات المساهمين

رقم الطلب	تاريخ الطلب	سبب الطلب
1	2025.01.27	الجمعية العامة
2	2025.04.16	إجراءات الشركة
3	2025.05.05	الجمعية العامة
4	2025.07.31	إجراءات الشركة

اجتماعات الجمعية العامة

التاريخ	الجمعية العامة (غير العادية) 27.01.2025 حضور الاجتماع	الجمعية العامة (عادية) 05.05.2025 حضور الاجتماع
ماجد علي عثمان الماجد	✓	✓
رئيس مجلس الإدارة (غير التنفيذي)		
ثامر سعد علي الماجد	✓	✓
نائب رئيس مجلس الإدارة - تنفيذي		
وليد خالد علي الماجد	✓	✓
عضو مجلس إدارة تنفيذي (العضو المنتدب - الرئيس التنفيذي)		
أحمد إبراهيم عبدالعزيز السنيدي	✓	✓
عضو مجلس الإدارة - رئيس لجنة المراجعة (عضو مستقل)		
ياسر زومان سعد الزومان	✓	✓
عضو مجلس الإدارة - رئيس لجنة الترشيحات والمكافآت (عضو مستقل)		

حقوق المساهمين

الإجراءات التي اتخذها مجلس الإدارة لإيصال اقتراحات وملاحظات المساهمين بشأن الشركة وأدائها إلى جميع الأعضاء، مع التركيز على الأعضاء غير التنفيذيين.

يعتبر قسم علاقات المستثمرين لتكون حلقة الوصل بين مجلس الإدارة والمساهمين. وقد ساهمت هذه الوحدة في تنظيم العديد من الاجتماعات المباشرة وشاركت في مؤتمرات متنوعة، بما في ذلك اجتماعات فردية وجماعية مع المستثمرين على المستويين المحلي والدولي.

كما منح مجلس الإدارة تفويضًا لاتخاذ تدابير تتيح للمساهمين إمكانية تقديم الاقتراحات والملاحظات من خلال التواصل مع قسم علاقات المستثمرين عبر:

- الهاتف: 920000480 تحويلة 115
- واتساب: 0550167152
- البريد الإلكتروني: IR@almajed4oud.com

تحدد لوائح حوكمة الشركة أيضًا إجراءات عمل لمجلس الإدارة، والتي تعطي الأولوية لمعالجة اقتراحات واستفسارات المساهمين. كما تشمل تقديم محاضر الاجتماعات للأعضاء، والتي تتضمن الأسئلة التي طرحها المساهمون.

توزيعات الأرباح، ء

"السنة المالية المنتهية في 31 ديسمبر 2021"	"السنة المالية المنتهية في 31 ديسمبر 2022"	"السنة المالية المنتهية في 31 ديسمبر 2023"	"السنة المالية المنتهية في 31 ديسمبر 2024"	"السنة المالية المنتهية في 31 ديسمبر 2025 (مقترحة)*"	
98 000 000	39 500 000	125 000 000	100 000 000	100 000 000	توزيعات الأرباح المعلنة للفترة
98 000 000	39 500 000	125 000 000	100 000 000	0	توزيعات الأرباح المدفوعة
100 967 833	125 346 716	148 677 253	156 958 529	217 605 506	صافي الربح للفترة
%79	%32	%84	%64	%46	نسبة الأرباح الموزعة إلى صافي دخل الشركة (%)

¹ طبقاً لأعلان الشركة بتداول بتاريخ 24 مارس 2026 عن توصية مجلس الإدارة بتوزيع أرباح نقدية على المساهمين عن السنة المالية لعام 2025م

التنازل عن الأرباح

في عام 2025، لم تدخل الشركة في أي اتفاق أو ترتيب مع أي من مساهميها للتنازل عن حقوقهم في توزيع الأرباح.

الإفصاحات

المعاملات مع الأطراف ذات العلاقة

فيما يلي بيان بالأعمال أو العقود التي تكون الشركة طرفاً فيها مع الأطراف ذات العلاقة، أو كانت فيها مصلحة لأحد أعضاء مجلس إدارة الشركة أو لكبار التنفيذيين فيها أو لأي شخص ذي علاقة بأيّ منهم.

الطرف ذو العلاقة	الطرف ذو المصلحة	طبيعة المعاملة	وصف طبيعة التعامل أو العقد	بداية العمل أو العقد ومدته	قيمة التعامل أو العقد خلال عام 2025 - #
شركة شرفة المسكن للخدمات العقارية	ماجد علي الماجد - رئيس مجلس الإدارة (مصلحة غير مباشرة)	معاملات وعقود بناء وتشطيبات	تكاليف محملة من عقد الإشراف والتنفيذ لبند التشطيبات الخاص بالمبنى المملوك للشركة الكائن بحي الصحافة - الرياض (المبنى الإداري الجديد) (إلى الطرف ذو علاقة)	120 يوم من تاريخ العقد 2025.05.14	7,331,406
			تكاليف محملة (الدفعة الأخيرة) من عقد تطوير وإشراف على بند الخرسانات والمباني لقطعة الأرض المملوكة للشركة في حي الصحافة بمدينة الرياض (المبنى الإداري الجديد) (إلى الطرف ذي العلاقة)	160 يوم من تاريخ العقد 2024.05.05	415,159
المجموع					
7,746,565					
<ul style="list-style-type: none"> سليمان علي عثمان الماجد خالد علي عثمان الماجد سعد علي عثمان الماجد ماجد علي عثمان الماجد 	ماجد علي الماجد - رئيس مجلس الإدارة (مصلحة مباشرة وغير مباشرة) وليد خالد الماجد - العضو المنتدب والرئيس التنفيذي (مصلحة غير مباشرة) ثامر سعد الماجد - نائب رئيس المجلس ونائب الرئيس التنفيذي (مصلحة غير مباشرة) عبد الرحمن خالد الماجد - الرئيس التنفيذي للقطاع التجاري (مصلحة غير مباشرة)	مصروف ايجار	عقد ايجار لفرع الشركة في العويس 1001 (إلى الطرف ذي العلاقة)	5 سنوات تبدأ من 2022.01.01	200,000
			عقد ايجار لفرع الشركة في العويس 1002 (إلى الطرف ذي العلاقة)	5 سنوات تبدأ من 2022.01.01	80,000
			عقد ايجار فرع الشركة حي الربيع طريق الملك عبد العزيز (إلى الطرف ذي العلاقة)	3 سنوات تبدأ من 2024.01.01	304,500
			عقد ايجار فرع الشركة حي الشرق شارع المكرونة - جدة (إلى الطرف ذي العلاقة)	3 سنوات تبدأ من 2025.06.01	150,000
الإجمالي					
734,500					
شركة أسس العقار	ماجد علي الماجد، رئيس مجلس الإدارة (مصلحة غير مباشرة)	مبيعات بضائع	مبيعات بضائع من متاجر الشركة موجب فواتير شراء (من طرف ذو علاقة)	للفترة التي تبدأ من 2025.01.01 إلى 2025.12.31	282,978
			مبيعات بضائع من متاجر الشركة بموجب فاتورة شراء (من طرف ذو علاقة)	2025.04.10	44,176
الإجمالي					
327,154					
المجموع الكلي للتعاملات خلال عام 2025					
8,808,219					

إدارة المخاطر

للحصول على معلومات مفصلة حول المخاطر التي تتعرض لها الشركة والتدابير اللازمة للتخفيف منها ومنعها، يرجى الاطلاع على قسيمة إدارة المخاطر.

المعاملات مع الأطراف ذات العلاقة التي لا يوجد لأعضاء المجلس مصلحة فيها

المدة	بداية المعاملة الحالية	قيمة المعاملة خلال عام 2025	نوع المعاملة	طبيعة المعاملة أو العقد	الطرف ذو الصلة	#
-	-	-	-	-	-	-

ما تم تطبيقه من أحكام لائحة حوكمة الشركات وما لم يتم تطبيقه وأسباب ذلك

تطبيقاً لما ورد في لائحة حوكمة الشركات الصادرة عن هيئة السوق المالية، التي توجب على الشركة الإفصاح عن ما طبق وما لم يطبق من لائحة حوكمة الشركات، يعلن مجلس إدارة الشركة عن الالتزام بأحكام هذه اللائحة، باستثناء المواد المدرجة أدناه:

نص المادة	رقم المادة	فقرة	درجة التطبيق	الإيضاح
أ) يضع مجلس الإدارة - بناءً على اقتراح لجنة الترشيحات - الآليات اللازمة لتقييم أداء المجلس وأعضائه ولجانه وإدارة التنفيذية سنويًا، وذلك من خلال مؤشرات قياس أداء مناسبة ترتبط بمدى تحقيق الأهداف الاستراتيجية للشركة وجودة إدارة المخاطر وكفاية أنظمة الرقابة الداخلية وغيرها، على أن تُحدد جوانب القوة والضعف واقتراح معالجتها بما يتفق مع مصلحة الشركة.	39	مطبق جزئياً	(مادة استرشادية)	يتم تقييم أداء مجلس الإدارة ذاتياً تحت إشراف لجنة الترشيحات والمكافآت، وسيتم النظر في مدى الحاجة للاستعانة بطرف خارجي متى رأى المجلس ضرورة لذلك، علماً بأن المجلس قد وضع آليات لتقييم أداء الإدارة التنفيذية بناءً على اقتراح لجنة الترشيحات والمكافآت.
ب) يجب أن تكون إجراءات تقييم الأداء مكتوبة وواضحة، وأن يُفصح عنها لأعضاء مجلس الإدارة والأشخاص المعنيين بالتقييم.				
ج) يجب أن يشتمل تقييم الأداء على المهارات والخبرات التي يمتلكها المجلس، وتحديد نقاط الضعف والقوة فيه، مع العمل على معالجة نقاط الضعف بالطرق الممكنة، مثل ترشيح كفايات مهنية تستطيع تطوير أداء المجلس، ويجب أيضاً أن يشتمل تقييم الأداء على تقييم آليات العمل في المجلس بشكل عام.				

نص المادة	رقم المادة	فقرة	درجة التطبيق	الإيضاح
د) يُراعى في التقييم الفردي لأعضاء مجلس الإدارة مدى المشاركة الفعالة للعضو والتزامه بأداء واجباته ومسؤولياته، بما في ذلك حضور جلسات المجلس ولجانه وتخصيص الوقت اللازم لذلك.				
هـ) يتخذ مجلس الإدارة الترتيبات اللازمة للحصول على تقييم جهة خارجية مختصة لأدائه كل ثلاث سنوات.				
و) يجري أعضاء مجلس الإدارة غير التنفيذيين تقييمًا دوريًا لأداء رئيس المجلس بعد أخذ وجهات نظر الأعضاء التنفيذيين، من دون أن يحضر رئيس المجلس النقاش المخصص لهذا الغرض، على أن تُحدد جوانب القوة والضعف واقتراح معالجتها بما يتفق مع مصلحة الشركة.				
تشكيل لجنة إدارة المخاطر	67		غير مُطبق	(مادة استرشادية)
اختصاصات لجنة إدارة المخاطر	68		غير مُطبق	لا يرى مجلس الإدارة ضرورة تشكيل لجنة في الوقت الحالي، حيث أن لجنة المراجعة تقوم بدورها فعلاً في إدارة المخاطر في الشركة، علماً بأن المادة استرشادية.
اجتماعات لجنة إدارة المخاطر	69		غير مُطبق	
تضع الشركة برامج لتطوير وتحفيز المشاركة والأداء للعاملين في الشركة، على أن تتضمن - بصفة خاصة - ما يلي:	82	جميع الفقرات	غير مُطبق	(مادة استرشادية)
1. تشكيل لجان أو عقد ورش عمل متخصصة للاستماع إلى آراء العاملين في الشركة ومناقشتهم في المسائل والموضوعات ذات الصلة بالقرارات المهمة.				
2. برامج منح العاملين أسهمًا في الشركة أو نصيبًا من الأرباح التي تحققها، وبرامج التقاعد، وتأسيس صندوق مستقل للإنفاق على تلك البرامج.				
3. إنشاء مؤسسات اجتماعية للعاملين في الشركة.				

الوضع المالي

البيان الموجز الموحد للمركز المالي، ء

	2025	2024	2023	2022	2021
إجمالي الأصول	905,923,536	793,733,506	769,812,573	633,029,253	498,805,882
إجمالي الالتزامات	321,669,526	325,545,034	392,551,797	315,272,365	208,828,183
صافي الأصول (إجمالي حقوق الملكية)	584,254,010	468,188,472	377,260,776	317,756,888	289,977,699

البيان الموجز الموحد للدخل، ء

	2025	2024	2023	2022	2021
الإيرادات	1,103,502,157	926,002,004	772,457,166	588,382,740	442,465,485
تكلفة الإيرادات	(380,250,279)	(316,306,499)	(259,589,874)	(210,957,342)	169,468,060
الربح الإجمالي	723,251,878	609,695,505	512,867,292	377,425,398	272,997,425
مصروفات عمومية وإدارية	(54,545,685)	(43,396,395)	(39,966,944)	(29,297,909)	(22,018,199)
مصروفات بيعية وتسويقية	(431,249,497)	(387,786,456)	(309,214,010)	(210,410,217)	(141,574,602)
الربح التشغيلي	237,456,696	178,512,654	163,686,338	137,717,272	109,404,624
إيرادات أخرى	8,191,664	1,766,193	5,474,621	2,859,981	3,939,505
تكلفة التمويل	(14,610,494)	(14,358,075)	(12,251,613)	(7,634,274)	(6,236,710)
الربح قبل الزكاة والضرائب	231,037,866	165,920,772	156,909,346	132,942,979	107,107,419
مصارييف الزكاة والضرائب	(13,432,360)	(8,962,243)	(8,232,093)	(7,596,263)	(6,139,586)
صافي الربح السنوي	217,605,506	156,958,529	148,677,253	125,346,716	100,967,833

بيان موجز موحد للتدفقات النقدية، ء

	2025	2024	2023	2022	2021
صافي النقد الناتج من (المستخدم في) الأنشطة التشغيلية	438,559,350	220,629,945	169,277,441	236,822,300	167,695,445
صافي النقد المستخدم في الأنشطة الاستثمارية	(29,890,795)	(36,192,975)	(58,323,942)	(59,345,983)	(19,957,682)
صافي النقد الناتج عن (المستخدم في) أنشطة التمويل	(203,903,243)	(208,881,215)	(79,641,392)	(161,708,102)	(154,889,757)

نص المادة	رقم المادة	فقرة	درجة التطبيق	الإيضاح
تضع الجمعية العامة العادية - بناءً على اقتراح من مجلس الإدارة - سياسة تكفل إقامة التوازن بين أهدافها والأهداف التي يصبو المجتمع إلى تحقيقها، بغرض تطوير الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع.	84		غير مُطبق	(مادة استرشادية) تولي الشركة اهتمامًا خاصًا بالمسؤولية الاجتماعية، ولديها العديد من المبادرات في هذا الصدد. وسيتم وضع سياسة متى رأت الشركة ضرورة لذلك.
يضع مجلس الإدارة البرامج ويحدد الوسائل اللازمة ل طرح مبادرات الشركة في مجال العمل الاجتماعي، ويشمل ذلك ما يلي: 1. وضع مؤشرات قياس تربط أداء الشركة بما تقدمه من مبادرات في العمل الاجتماعي، ومقارنة ذلك بالشركات الأخرى ذات النشاط المشابه. 2. الإفصاح عن أهداف المسؤولية الاجتماعية التي تتبناها الشركة للعاملين فيها، وتوعيتهم وتثقيفهم بها. 3. الإفصاح عن خطط تحقيق المسؤولية الاجتماعية في التقارير الدورية ذات الصلة بأنشطة الشركة. 4. وضع برامج توعية للمجتمع للتعريف بالمسؤولية الاجتماعية للشركة.	85	جميع الفقرات	غير مُطبق	(مادة استرشادية) تولي الشركة اهتمامًا خاصًا بالمسؤولية الاجتماعية، ولديها العديد من المبادرات في هذا الصدد. وسيتم وضع سياسة متى رأت الشركة ضرورة لذلك.
في حال تشكيل مجلس الإدارة لجنة مختصة بحوكمة الشركات، فعليه أن يفوض إليها الاختصاصات المقررة بموجب المادة الحادية والتسعين من هذه اللائحة، وعلى هذه اللجنة متابعة أي موضوعات بشأن تطبيقات الحوكمة، وتزويد مجلس الإدارة، سنويًا على الأقل، بالتقارير والتوصيات التي تتوصل إليها.	92		غير مُطبق	(مادة استرشادية) يتم رصد تطبيق قواعد الحوكمة والتحقق من فعاليتها وسيشكل المجلس لجنة خاصة متى رأى ذلك ضروريًا.

الفروقات الجوهرية في النتائج التشغيلية عن نتائج السنة السابقة

	2024	2025	الفرق	الفرق %
الإيرادات	926,002,004	1,103,502,157	177,500,153	19%
تكلفة الإيرادات	(316,306,499)	(380,250,279)	(63,943,780)	20%
إجمالي الأرباح	609,695,505	723,251,878	113,556,373	19%
مصارييف التشغيل - أخرى	(431,182,851)	(485,795,182)	(54,612,331)	13%
الربح/الخسارة التشغيلية	178,512,654	237,456,696	58,944,042	33%

بيان القروض غير المسددة

#	المقرض	المبلغ الأصلي	رصيد القرض في بداية العام	مدة القرض	الفوائد المستحقة	مدفوعات القرض	رصيد القرض في نهاية العام
1							
2							
المجموع							

تقر شركة الماجد للعود وشركاتها التابعة بعدم وجود أية قروض عليها (سواء كانت واجبة السداد عند الطلب أو غير ذلك) خلال العام المالي 2025م، وعليه لا توجد أية مبالغ دفعتها الشركة سداداً لأية قروض خلال العام المالي.

بيان أسهم الخزينة

عدد أسهم الخزينة التي تحتفظ بها الشركة	قيمة	تاريخ الصيانة	تفاصيل الاستخدام

بيان المدفوعات النظامية

تم الدفع خلال السنة المالية 2025	مستحقات بنهاية السنة المالية 2025	التعليقات	أسباب الدفع
6,644,800	9,959,998		
101,325,339	10,005,074	ضريبة الدخل، ضريبة الاستقطاع، ضريبة القيمة المضافة والضريبة المؤجلة	
12,897,465	1,085,705		
719,847	-		
4,683,329	-		

العقوبات والجزاءات

في إطار حرص الشركة على حماية مصالحها ومصالح مساهميها، والتأكد من سلامة الإجراءات النظامية وتعزيز الالتزام بالأنظمة والتعليمات ذات العلاقة، قامت الشركة خلال عام 2025م بمراجعة جميع المخالفات الصادرة بحقها، حيث بلغ إجمالي عدد المخالفات (96) مخالفة بقيمة إجمالية قدرها (709,032) ₪. وقد تقدمت الشركة بالاعتراضات النظامية المدعومة بالمستندات اللازمة على معظم تلك المخالفات أمام الجهات المختصة.

وقد تم قبول اعتراضات وإسقاط مخالفات بقيمة (137,600) ₪، كما صدر احكام قضائية ابتدائية لصالح

الشركة بإلغاء مخالفات بقيمة (88,000) ₪، فيما لا تزال بعض المخالفات المعترض عليها وقيد النظر لدى الجهات المختصة.

ويعرض الجدول الأول تفاصيل المخالفات التي تم قبول الاعتراض عليها والغائها.

فيما يوضح الجدول الثاني المخالفات القائمة أو محل الاعتراض أو التي لم يصدر بشأنها قرار أو حكم نهائي، مع بيان أسبابها والإجراءات التصحيحية المتخذة لتفادي تكرارها مستقبلاً.

1. بيان بالمخالفات التي تم الاعتراض عليها نظامياً وقبول الاعتراض وإلغاء المخالفة

لعقوبة/الجزاء/التدبير الاحترازي/القيد الاحتياطي	الجهة الموقعة للمخالفة	أسباب المخالفة	المبلغ الإجمالي ₪	عدد المخالفات	سبل علاجها وتفاذي وقوعها في المستقبل
غرامة مالية	وزارة الموارد البشرية	توظيف عمالة غير سعودية في مهن أو أنشطة مقصورة على السعوديين.	80,000	10	قدمت الشركة اعتراضات وتم قبولها وإلغاء تلك المخالفات وتؤكد الشركة التزامها بقرارات التوطين والتوجيهات الصادرة من وزارة الموارد البشرية.
غرامة مالية		عدم فتح ملف للمنشأة أو أحد فروعها في المكتب المختص أو عدم تحديث مواقع وبيانات المنشأة وفروعها وفق الآلية الذي تحددها الوزارة.	4,000	4	قدمت الشركة اعتراضات وتم قبولها وإلغاء تلك المخالفات وتؤكد الشركة بوجود ملف للمنشأة بالفعل.
غرامة مالية	وزارة البلديات والإسكان	ممارسة النشاط خارج نطاق الترخيص أو استخدام الأرصفة العامة أو استخدام وسائل الدعاية المتحركة أو الثابتة مقابل المحل (بدون ترخيص أشغال رصيف).	1,600	1	تم رفع اعتراض على المخالفة وتم قبوله واسقاط المخالفة بالإضافة الى تم ارسال قائمة بجدول مخالفات البلدية للإدارة المعنية والتنبيه على بعض المخالفات لتجنبها مستقبلاً.
غرامة مالية		ممارسة نشاط إضافي غير مدرج في الترخيص	50,000	1	تم تقديم اعتراض على المخالفة وقبوله، وصدر قرار بإلغائها
غرامة مالية		تقديم وثائق غير صحيحة (مرفقات) عند اصدار الرخصة الفورية.	2,000	1	تم رفع اعتراض على المخالفة وتم قبوله واسقاط المخالفة وتؤكد الشركة تعزيز ضوابط التحقق من الوثائق قبل تقديمها لاي جهة رسمية.

2. بيان بالمخالفات القائمة أو محل الاعتراض أو التي لم يصدر بشأنها قرار أو حكم نهائي.

العقوبة/الجزاء/التدبير الاحترازي/القيود الاحتياطي	الجهة الموقعة للمخالفة	أسباب المخالفة	عدد المخالفات	المبلغ الإجمالي #	سبل علاجها وتفاذي وقوعها في المستقبل
غرامة مالية	التأمينات الاجتماعية	تسجيل مشترك في نظام التأمينات الاجتماعية دون وجود علاقة عمل فعلية أو جزء من تلك المدد المسجلة.	1	10,982	تؤكد الشركة أنها قدمت جميع المستندات النظامية التي تثبت وجود علاقة عمل فعلية وقد تم رفع اعتراض على المخالفة استناداً إلى المستندات المقدمة التي تثبت عدم صحة المخالفة ومازال الاعتراض قيد النظر من التأمينات الاجتماعية.
غرامة مالية	وزارة المواد البشرية	توظيف عمالة غير سعودية في مهن أو أنشطة مقصورة على السعوديين	28	224,000	التزام الشركة بقرارات وتوجيهات التوظيف الصادرة عن وزارة الموارد البشرية، مع الإشارة إلى أنم تم الاعتراض على جميع المخالفات وهي قيد انتظار البت فيها.
			11	88,000	صدور أحكام ابتدائية من ديوان المظالم لصالح الشركة بإلغاء هذه المخالفات.
		عدم فتح ملف للمنشأة أو أحد فروعها في المكتب المختص أو عدم تحديث مواقع وبيانات المنشأة وفروعها وفق الآلية الذي تحددها الوزارة.	1	1,000	قامت الشركة بتقديم الاعتراضات اللازمة، مؤكدة استيفائها لشرط وجود ملف للمنشأة بالفعل، ولا يزال الأمر قيد المعالجة.
غرامة مالية	الهيئة العامة للغذاء والدواء	مخالفة تتعلق بتطبيق بعض أسس ممارسات التصنيع الجيد في المصنع	1	50,000	تؤكد الشركة الالتزام بتطبيق اشتراطات الجهات التنظيمية ذات العلاقة وتعزيز متابعة الالتزام بالمتطلبات النظامية علماً ان الشركة قامت بالاعتراض على هذه المخالفة وبانتظار النظر فيها.

العقوبة/الجزاء/التدبير الاحترازي/القيود الاحتياطي	الجهة الموقعة للمخالفة	أسباب المخالفة	عدد المخالفات	المبلغ الإجمالي #	سبل علاجها وتفاذي وقوعها في المستقبل
غرامة مالية	المركز الوطني للرقابة على الالتزام البيئي	مخالفة متطلبات التصاريح البيئية	1	5,000	تم اصدار تصاريح بيئية لجميع المستودعات ومتابعة التحديثات للأنظمة الحكومية.
غرامة مالية	وزارة التجارة	عدم وضع تسعيرة على البضاعة المعروضة	1	50	تؤكد الشركة الامتثال الكامل لمتطلبات وزارة التجارة.
غرامة مالية	وزارة البلديات والإسكان	مخالفة اشتراطات وضوابط الأمن والسلامة	5	4,600	تم تعميم اشتراطات البلدية ذات العلاقة على الإدارات المختصة وتنفيذ توعية لضمان الالتزام بالمتطلبات النظامية.
		مخالفات متطلبات واشتراطات ترخيص	17	73,200	اعتمدت الشركة إجراءات رقابية محدثة لمتابعة صلاحيات وتراخيص الفروع، تضمنت نظام تنبيه مسبق وآلية متابعة مركزية علماً ان الشركة قامت بالاعتراض على أحد المخالفات وبانتظار البت فيها.
غرامة مالية	أمانة الرياض	مخالفات اشتراطات وضوابط الأمن والسلامة	2	2,600	تم تعميم اشتراطات أمانة الرياض ذات العلاقة على الإدارات المختصة وتنفيذ توعية لضمان الالتزام بالمتطلبات النظامية. علماً ان الشركة قامت بالاعتراض على أحد المخالفات وبانتظار البت فيها.
		مخالفات متطلبات واشتراطات ترخيص	11	112,000	اعتمدت الشركة إجراءات رقابية محدثة لمتابعة صلاحيات وتراخيص الفروع، تضمنت نظام تنبيه مسبق وآلية متابعة مركزية.

توضح الشركة أنه لم تطبق أية عقوبة أو أي قيد احتياطي أو جزاء مفروض على أي من أعضاء مجلس الإدارة من أي جهة قضائية أو اشرافية أو تنظيمية لها علاقة بالشركة.

اسم شركة المراجعة	الدكتور محمد العمري وشركاه
اسم مدقق الحسابات الشريك	جهاد محمد العمري
عدد السنوات التي قضاها كمراجع حسابات خارجي للشركة	5 سنوات
عدد السنوات التي قضاها المدقق الشريك في تدقيق حسابات الشركة	5 سنوات
القيمة الإجمالية لرسوم المراجعة لعام 2025 (฿ والدولار الأمريكي)	1,085,000 ฿ (289,333 دولار أمريكي)
تفاصيل وطبيعة الخدمات الأخرى التي يقدمها مدقق حسابات الشركة (إن وجدت). في حال عدم وجود خدمات أخرى، يجب ذكر ذلك صراحة.	غير متوفر
قيمة الرسوم والتكاليف التي تم تكيدها مقابل خدمات خاصة أخرى بخلاف تدقيق البيانات المالية لعام 2025 (بالدرهم الإماراتي والدولار الأمريكي)، إن وجدت.	غير متوفر
بيان بالخدمات الأخرى التي قدمها أي مدقق حسابات خارجي بخلاف مدقق حسابات الشركة خلال عام 2025 (إن وجدت).	اسم المدقق:PWC تفاصيل الخدمات المقدمة: الزكاة وضرائب الدخل اسم المدقق: عبد الله حماد الحديثي خدمات مهنية الخدمات المهنية
تفاصيل الخدمات المقدمة: الخسارة الائتمانية المتوقعة، نهاية الخدمة الاكتوارية وتسعير التحويل	

أصدرت شركة الدكتور محمد العمري وشركاه رأياً غير مشروط بشأن البيانات المالية السنوية للسنة المنتهية في 31 ديسمبر 2025، دون أي ملاحظات أو تحفظ.

التقسيم الجغرافي

تحافظ شركة الماجد للعود على وجود جغرافي منظم في المملكة العربية السعودية ودول الخليج. وتقسّم عمليات الشركة حسب الأسواق الإقليمية الرئيسية، مما يتيح تغطية مُستهدفة وقرّبًا من شرائح العملاء المتنوعة. يدعم هذا النهج كفاءة عمليات البيع بالتجزئة،

المساهمة الاجتماعية

تُساهم شركة الماجد للعود في خلق قيمة اجتماعية من خلال الاستثمار في المواهب المحلية، ودعم رفاهية المجتمع عبر مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات، وبناء شراكات موثوقة تُعزز الأولويات الوطنية. وبلغ

وصف المجال الرئيسي للأعمال

تعمل شركة الماجد للعود في مجالات تصنيع وتوريد وتسويق وبيع منتجات العود والعطور حيث تقوم الشركة بتطوير منتجاتها من خلال الإنتاج

وصف لأهم خطط الشركة وقراراتها وتوقعاتها المستقبلية

تواصل شركة الماجد للعود توسيع قاعدة عملائها وتواجدها الجغرافي في جميع أنحاء المملكة العربية السعودية والخليج والأسواق الدولية. من خلال تنويع مجموعة منتجاتها والاستفادة من قدرات التصنيع والتخزين وتجارة التجزئة، كما تهدف الشركة إلى تعزيز

مدقق حسابات خارجي

تم تعيين الدكتور محمد العمري وشركاه مدقق حسابات خارجي للسنة المالية المنتهية في 2025. بالإضافة إلى المسؤولين الرئيسية للجنة المراجعة تقوم بمراجعة واعتماد منهجية المراجعة الخارجي ليشمل التقييم والتعيين المستقل أو إعادة التعيين وشروط التعاقد والتناوب لشركة المراجعة و/أو الشريك الرئيسي المسؤول عن المراجعة. تشمل معايير الاختيار ضمان قدرة شركة المراجعة على إدارة المراجعة بفعالية

وتقديم منتجات محلية، وتحقيق نمو متوازن في الأسواق الأساسية والناشئة، مع تعزيز نطاق الشركة الإقليمي وسهولة الوصول إليها. تعرّف على المزيد في قسم **«لمحة عن الشركة»**.

إجمالي الإنفاق على المسؤولية الاجتماعية في عام 2025 ما قيمته 46,000 **฿**. تعرّف على المزيد في قسم **«تقرير الاستدامة»**.

الداخلي وتوريد المواد الخام عالية الجودة، مع الالتزام بمعايير صارمة للجودة. تعرّف على المزيد في قسم **«لمحة عن الشركة»**.

وكفاءة مع مراعاة حجم الشركة وتعقيدها فضلا عن ضمان الاستقلالية وعدم وجود تضارب بالمصالح ووجود شريك وفريق تدقيق قوي ومؤهل.

فيما يلي تفاصيل وتحليلات رسوم المراجعة الخارجي ورسوم الخدمات الأخرى المتكبدة خلال عام 2025 للشركة:

إقرار الضوابط الداخلية وإقرارات أخرى

- لم توصي لجنة المراجعة بتعيين مدقق داخلي للشركة خلال السنة المالية الماضية.
- ليس لدى المحاسب القانوني أي تحفظات بشأن البيانات المالية السنوية.
- لم يوصي المجلس باستبدال المحاسب القانوني قبل انتهاء مدة تعيينه.
- لم يوصي المجلس باستبدال المراجع الخارجي قبل انتهاء مدة تعيينه.
- لا يوجد تعارض بين توصيات لجنة المراجعة وقرارات مجلس الإدارة فيما يتعلق بتعيين أو إقالة مدقق الشركة أو تحديد أتعابه أو تقييم أدائه أو تعيين المراجع الداخلي ولا مع المبررات المقدمة لهذه التوصيات.
- لا توجد فروق عن المعايير المحاسبية المعتمدة من قبل الهيئة السعودية للمحاسبين القانونيين.
- لم يتم إصدار أي أسهم أو أدوات دين للشركات التابعة.

- تؤكد الشركة أنه لا توجد أي مصلحة في فئة الأسهم ذات الاحقية في التصويت تعود لأشخاص (عدا أعضاء مجلس إدارة الشركة وكبار التنفيذيين واقربائهم) ولم يتم إبلاغ الشركة بتلك الحقوق بموجب المادة 85 من قواعد طرح الأوراق المالية والالتزامات المستمرة.
- لا توجد مصالح أو أوراق مالية تعاقدية أو حقوق اكتتاب تخص أعضاء مجلس الإدارة أو كبار التنفيذيين أو أقاربهم (الزوجة وأولادهم القصر) في أسهم أو أدوات دين الشركة أو أي من فروعها، باستثناء رئيس مجلس الإدارة وعضو المنتدب /الرئيس التنفيذي في الشركة وفقاً لما تم الإفصاح عنه في هذا التقرير.
- لا يوجد أي فئة واعداد أي أدوات دين قابلة للتحويل وأي أوراق مالية تعاقدية أو مذكرات حق اكتتاب أو حقوق مشابهة أصدرتها أو منحها الشركة خلال السنة المالية.

- لا يوجد أي حقوق تحويل أو اكتتاب بموجب أدوات دين قابلة للتحويل للشركة أو الأوراق المالية التعاقدية أو مذكرات حق الاكتتاب أو حقوق مشابهة أصدرتها أو منحها الشركة.
- لا يوجد أي استرداد أو شراء أو إلغاء من جانب الشركة أو الشركات التابعة لأي أدوات دين قابلة للاسترداد، وقيمة الأوراق المالية المتبقية.
- لا يوجد لأي عضو من أعضاء المجلس أي أعمال منافسة للشركة أو لأي من فروع النشاط الذي تزاوله والتي يزاولها أو كان يزاولها.

إقرارات مجلس الإدارة

1. تم إعداد سجلات الحسابات بشكل صحيح.
2. تم إنشاء نظام الرقابة الداخلية على أسس متينة وتم تنفيذه بفعالية.
3. لا يوجد شك في قدرة الشركة على الاستمرار في نشاطها.



إدارة المخاطر والرقابة الداخلية

ركيزة الاستدامة. منظومة الحماية.

تتبنى شركة الماجد للعود منهجيةً استراتيجيةً لإدارة المخاطر والرقابة الداخلية، باعتبارها ركيزةً أساسيةً تدعم الاستقرار والمرونة والتوسع المستدام. ومن خلال منظومة متكاملة لتحديد المخاطر الجوهرية وتقييمها والحد من آثارها، تعزز الشركة قدرتها على مواكبة متغيرات السوق، والتعامل مع التعقيدات التشغيلية، والالتزام بالمتطلبات التنظيمية.



إدارة المخاطر

يلتزم مجلس إدارة الماجد للعود بتنفيذ برنامج شامل لإدارة المخاطر من خلال إجراءات محددة وواضحة للتخفيف من المخاطر المحتملة التي قد تؤثر على الأداء التشغيلي للشركة. نسعى جاهدين لتطوير ثقافة الوعي بالمخاطر بين المساهمين وتعزيز الشعور بالمسؤولية تجاه إدارة هذه المخاطر حيث تعمل الشركة باستمرار على تعزيز الرقابة الداخلية وتنفيذ ضوابط حوكمة الشركات بأقصى قدر من الشفافية عند القيام بذلك نركز على الموضوعات الرئيسية التالية:

- المراقبة الذاتية الفعالة؛
- الاحساس بالمسؤولية؛
- الدقة والشفافية؛
- المبادرة.

تهدف الشركة إلى تعزيز قدراتها في إدارة المخاطر وضمان التوازن بين أهدافها الاستراتيجية والحفاظ على سلسلة القيمة والاستدامة من خلال استخدام المنهجية التالية:

عوامل المخاطر التي قد تواجهها الشركة

العوامل الخارجية: تشمل التطورات التكنولوجية والتحويلات في احتياجات العملاء وسلوكياتهم والضغط التنافسية والتشريعات واللوائح المتطورة بالإضافة إلى التقلبات الاقتصادية والكوارث الطبيعية.

العوامل الداخلية: تشمل هذه العوامل المخاطر التشغيلية وأنظمة معالجة البيانات وأداء الموظفين والتغييرات في المسؤوليات الإدارية وفاعلية إطار الحوكمة.

إدارة المخاطر تعتبر أساسية لعمليات الشركة حيث تُنفذ من خلال إطار عمل يتضمن تحديد المخاطر وتقييمها، وتفعيل إجراءات الرقابة وتحديد إجراءات الاستجابة وتوثيق المعلومات المتعلقة بالمخاطر في الوقت المناسب وبشكل دوري والإبلاغ عنها، مما يمكن مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية من أداء واجباتهم بكفاءة. تقوم الإدارة داخل الشركة بتصنيف المخاطر إلى مخاطر خارجية وأخرى داخلية تشمل المخاطر الاستراتيجية والتشغيلية والمالية ومخاطر الامتثال، والتي تتضمن:

أهم المخاطر الاستراتيجية والتشغيلية الرئيسية

1 المخاطر الاستراتيجية

تتمثل المخاطر الاستراتيجية في المخاطر التي قد تؤثر على قدرة الشركة على تحقيق أهدافها طويلة الأمد وتعظيم قيمة المساهمين. وتدير الشركة هذه المخاطر من خلال إطار متكامل لإدارة المخاطر الاستراتيجية يعتمد على المراجعة الدورية للخطط الاستراتيجية وتحليل البيئة التنافسية والاقتصادية لضمان مواءمة القرارات مع توجهات السوق ومتطلبات النمو المستدام.

وتشمل هذه المخاطر احتمال فقدان الحصة السوقية أو التأخر في مواكبة الاتجاهات الحديثة نتيجة قصور الدراسات التحليلية للأسواق أو ضعف استشراف فرص التوسع والاستثمار، إضافة إلى المخاطر المرتبطة بعدم وضوح الرؤية الاستراتيجية أو عدم وجود خطط نمو معتمدة ومحددة الأهداف من الإدارة العليا، مما قد يؤثر على تحقيق عوائد مستدامة وطويلة الأجل للمساهمين.

وتعمل الشركة على الحد من هذه المخاطر من خلال تعزيز عمليات التخطيط الاستراتيجي المبني على البيانات، وإجراء دراسات سوقية دورية، وتقييم فرص الاستثمار والتوسع وفق منهجيات معتمدة، إضافة إلى مراجعة الخطط الاستراتيجية واعتمادها من مجلس الإدارة ومتابعة مؤشرات الأداء المرتبطة بها لضمان تحقيق النمو المستدام وتعظيم القيمة للمساهمين.

2 مخاطر الابتكار والتحول الرقمي

تنشأ المخاطر من عدم القدرة على مواكبة الابتكار والتحول الرقمي في قطاع المبيعات عبر المنصات الإلكترونية، وذلك في ظل التطورات السريعة في قطاع تكنولوجيا المعلومات، التي تخلق فرصاً وتحديات.

في إطار استراتيجيتها، تعتمد الشركة خطة رقمية متكاملة تُنفذ وتُتابع على مراحل متعددة مع الأخذ بعين الاعتبار العوامل التقنية والتنظيمية والاقتصادية.

3 مخاطر الهجمات السيبرانية ومخاطر أمن الحوسبة السحابية

يشمل ذلك المخاطر الناجمة عن الهجمات الإلكترونية ونقاط الضعف الأمنية في الحوسبة السحابية، حيث يُعد قطاع مبيعات المنصات الإلكترونية وقطاع تكنولوجيا المعلومات هدفين رئيسيين لمثل هذه الهجمات وقد بدأت الشركة بذل الجهود لتعزيز وحدة الأمن السيبراني لديها وتطوير لوائح وسياسات داخلية وتحسين بروتوكولات الأمان.

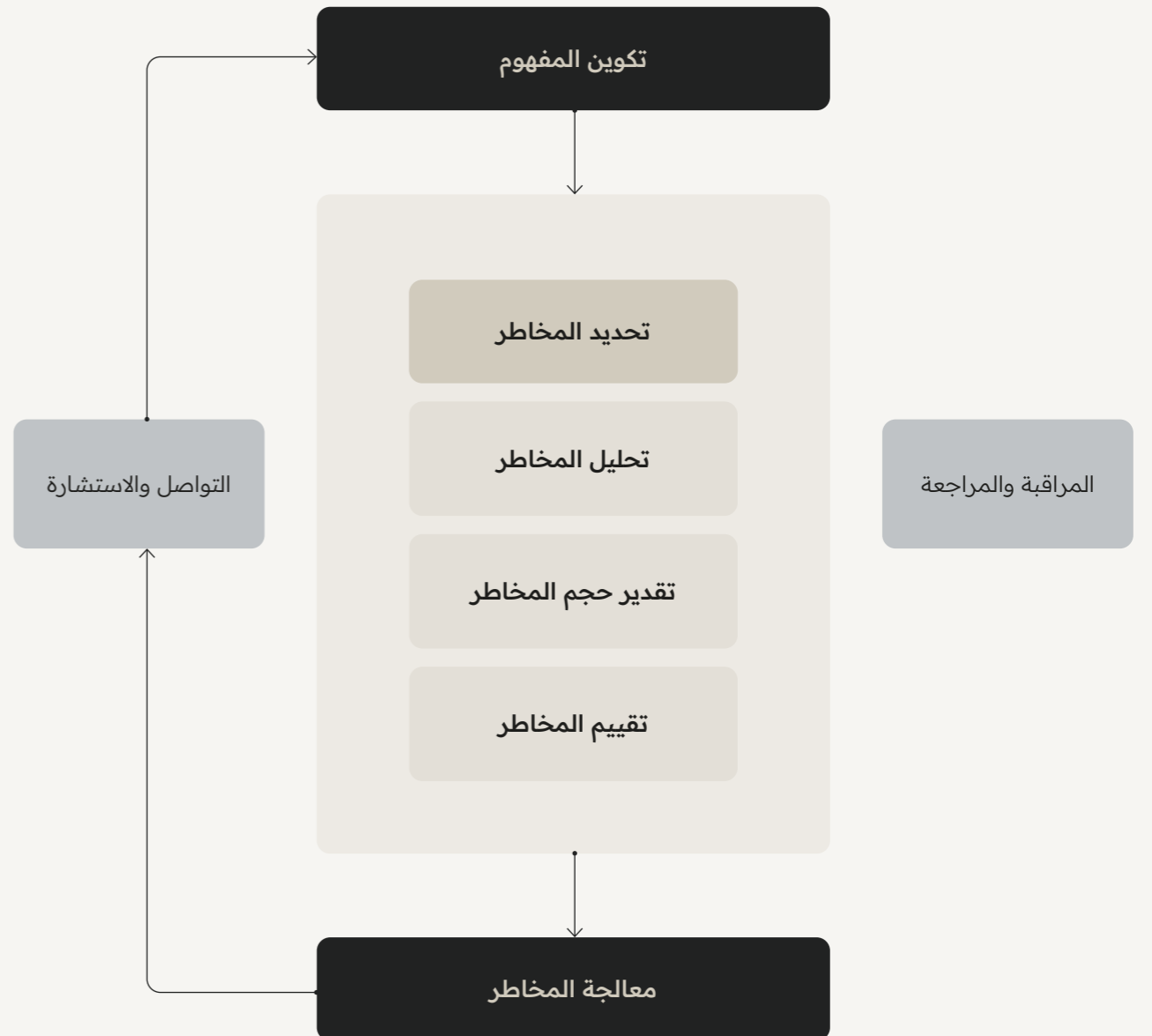
4 مخاطر حوكمة البيانات

تتزايد المخاطر الناجمة عن الزيادة السريعة في إنتاج البيانات واستخدامها، وهو اتجاه رئيسي في تجارة التجزئة العالمية ومبيعات تكنولوجيا المعلومات ومشاريع التحول الرقمي. إن هذا النمو يعزز من احتمالية تعرض البيانات الشخصية والتجارية والتشغيلية للاختراق. لذلك، تقوم الشركة بتطبيق سياسات شاملة لحوكمة البيانات تتوافق مع خصوصية البيانات، من خلال اعتماد مواصفات ومعايير موحدة لوصف البيانات وتخزينها وتداولها وتصنيفها وحمايتها.

5 المخاطر المحتملة الناجمة عن ممارسات غير كافية من مقدمي الخدمات

المخاطر الناتجة عن الاضطرابات المحتملة الكبيرة في إجراءات تقديم الخدمات. تتعامل الشركة مع عدد كبير من مقدمي الخدمات لتفادي خطر الاعتماد على مزود واحد لتنفيذ الأعمال الأساسية داخل الشركة. وقد قامت الشركة بإنشاء شبكة من الموردين المعتمدين. وتقوم الإدارة التنفيذية بمراجعة دورية لحالة الشركات المتعاقدة لضمان قدرتها المالية وسلامة خطط أعمالها وأنظمتها الفنية.

تشمل المخاطر الناتجة عن الاضطرابات المحتملة الكبيرة في إجراءات تقديم الخدمات تلك المرتبطة بتعامل الشركة مع عدد كبير من مقدمي الخدمات، مما يساعدها على تجنب مخاطر الاعتماد على مزود واحد لأداء الأعمال الأساسية. وقد وضعت الشركة شبكة من الموردين المعتمدين، كما تقوم الإدارة التنفيذية بمراجعة دورية لوضع الشركات المتعاقدة للتأكد من قدرتها المالية وسلامة خططها التجارية وأنظمتها الفنية.



المخاطر المالية

تتعلق المخاطر المالية الرئيسية للشركة بالمخاطر السوقية (بما في ذلك مخاطر تدفق النقد ومخاطر أسعار الفائدة العادلة)، ومخاطر الائتمان، ومخاطر السيولة. كما أن الشركة محمية من مخاطر العملات الأجنبية لأن جميع معاملات الشركة تتم بالريال السعودي.

الشركة معرضة لمخاطر ناتجة عن استخدامها للأدوات المالية وهذا العرض يصف أهداف الشركة وسياساتها وعملياتها في إدارة هذه المخاطر والأساليب المستخدمة لقياسها، كما يتم تقديم معلومات كمية إضافية حول هذه المخاطر في جميع البيانات المالية.

لم يطرأ أي تغيير جوهري عند تعرض الشركة لمخاطر الأدوات المالية ولا في الأهداف والسياسات والعمليات المستخدمة لإدارة هذه المخاطر، أو الأساليب المستخدمة لقياسها، مقارنة بالفترات السابقة،

حيث يتحمل مجلس الإدارة المسؤولية الكاملة عن تحديد أهداف وسياسات إدارة المخاطر الخاصة بالشركة. وتساعد الإدارة المالية في الشركة مجلس الإدارة في الوفاء بمسؤولياته من خلال تصميم وتنشيط العمليات التي تضمن التنفيذ الفعال للأهداف والسياسات، كما يهدف مجلس الإدارة لتطوير سياسات تفضي إلى تقليل المخاطر للحد الأدنى.

المخاطر المرتبطة بتدفقات النقد والقيمة العادلة لأسعار الفائدة

المخاطر المتعلقة بالتدفق النقدي وسعر الفائدة بالقيمة العادلة ناتجة عن مختلف العوامل المرتبطة بتأثير التقلبات في أسعار الفائدة السائدة على المركز المالي للشركة والتدفقات النقدية، حيث أنّ أسعار الفائدة متغيرة للتدفقات النقدية والقروض.

لكن الشركة لا تتعرض بشكل كبير لمخاطر الفائدة بالقيمة العادلة حيث أن سعر الفائدة على القروض قريب من سعر السوق الحالي.

مخاطر الائتمان

يُعرّف خطر الائتمان بأنه احتمال تخلف أحد الأطراف عن الوفاء بالتزاماته بإحدى الأدوات المالية مما قد يُكبّد الطرف الآخر خسارة مالية. لذا تُودّع الأموال النقدية لدى بنوك ذات تصنيفات ائتمانية جيدة. وتسعى الشركة إلى الحد من مخاطر الائتمان المتعلقة بالأطراف المقابلة من خلال تحديد حدود ائتمانية لكل طرف على حدة، ومراقبة المستحقات القائمة.

يوضح الجدول أدناه الحد الأقصى لتعرض الشركة لمخاطر الائتمان لمكونات بيان المركز المالي:

	31 ديسمبر 2025	31 ديسمبر 2024	31 ديسمبر 2023
النقد وما يعادله	233,181,565	29,122,641	51,472,501
حسابات القبض التجارية	5,255,072	5,898,864	9,336,001
المستحقات من الأطراف المعنية	0	6,746,583	2,268,297
المدفوعات المقدمة والأرصدة المدينة الأخرى	13,255,419	12,244,191	11,437,963
المجموع	251,692,056	54,012,279	74,514,762

تطبق الشركة المنهج المبسط للمعيار الدولي لإعداد التقارير المالية رقم 9 لقياس الخسائر الائتمانية المتوقعة، والذي يستخدم بدل الخسارة المتوقعة طوال فترة بقاء الشركة، وتطبق هذه الطريقة لتقييم الاحتياطي المخصص للمستحقات للأطراف المعنية.

مخاطر السيولة

مخاطر السيولة التي في صدها تواجه الشركة صعوبات في جمع الأموال لتلبية الالتزامات المرتبطة بالأدوات المالية حيث يمكن أن تنشأ مخاطر السيولة من عدم القدرة على تحويل الأصول المالية بسرعة إلى سيولة نقدية بمبلغ قريب من قيمتها العادلة. تدير الشركة مخاطر السيولة لديها من خلال مراقبة احتياجات رأس المال العامل وتدفقات النقد بشكل

دوري، كما تحدّد الشركة من مخاطر السيولة عن طريق التأكد من توفر أموال كافية من خلال التسهيلات المصرفية والمساهمين.

الجدول أدناه يلخص تفاصيل استحقاقات الالتزامات المالية للشركة بناءً على المدفوعات التعاقدية غير المخصومة.

	أقل من عام	أكثر من عام	الإجمالي
31 ديسمبر 2025			
المستحقات (حسابات الدفع) التجارية	27,305,795		27,305,795
المستحقات والرصيد الائتماني الآخر	53,211,232		53,211,232
التزامات الإيجار	97,246,548	132,920,078	230,166,626
31 ديسمبر 2024			
المستحقات (حسابات الدفع) التجارية	44,766,807		44,766,807
المستحقات والأرصدة الدائنة الأخرى	33,722,585		33,722,585
المستحقات من الأطراف المعنية			
التزامات الإيجار	93,282,636	165,206,573	258,489,209
القروض			

مخاطر الامتثال

تتمثل مخاطر الامتثال في احتمال تعرض الشركة لآثار نظامية أو مالية أو سمعة نتيجة عدم الالتزام بالتشريعات واللوائح الصادرة عن الجهات الحكومية والتنظيمية ذات العلاقة، بما في ذلك متطلبات الإفصاح، وتطبيق المعايير المهنية والمحاسبية الصادرة عن الهيئة السعودية للمراجعين والمحاسبين، والامتثال لتعليمات وزارة التجارة، وهيئة الزكاة والضريبة والجمارك، وسائر الأنظمة ذات العلاقة، إضافة إلى الالتزامات التنظيمية المرتبطة بالشركات المدرجة ومتطلبات الحكومة والإفصاح والشفافية (متطلبات هيئة السوق المالية).

وتشمل هذه المخاطر احتمال التعرض لمخالفات تنظيمية نتيجة ضعف الأطر والسياسات المنظمة للامتثال، أو قصور الوعي التنظيمي لدى الموظفين وما قد ينشأ عنه من أخطاء بشرية، أو الإخلال بمتطلبات حماية الملكية الفكرية وحقوق النشر وما يترتب عليه من تبعات قانونية وسمعية.

وتحرص الشركة على الحد من هذه المخاطر من خلال إجراء مراجعات دورية لسجل الالتزام والأنظمة ذات العلاقة، وتعزيز منظومة الحكومة والسياسات الداخلية، وتنفيذ برامج تدريبية وورش عمل ونشرات توعوية لرفع مستوى الوعي بثقافة الالتزام، وضمان الوفاء بكافة المتطلبات النظامية والتنظيمية في الوقت المناسب وبما يحمي مصالح الشركة ومساهميها.

مخاطر التسويق

الشركة قد تواجه منافسة من مشغلين محليين ودوليين، بما في ذلك المتاجر الكبرى ومتاجر التجزئة المتخصصة وكذلك متاجر التخفيضات وغيرها من مجالات تجارة التجزئة فضلاً عن استراتيجيات التسعير التي يتبناها المنافسون، مما يثير مخاطر متعلقة بالمزايا التنافسية العالية بالقطاع. لمواجهة هذه التحديات، تجري الشركة دراسات جدوى مفصلة وتحلل اتجاهات السوق لتوجيه استراتيجيتها، كما تراقب الإدارة عروض المنتجات، وتعمل على توسيع شبكة المتاجر مع الامتثال الكامل بالقوانين واللوائح المعمول بها.

المخاطر التشغيلية

يمكن أن يؤثر عدد المستهلكين ومستويات إنفاقهم على أعمال الشركة إضافة إلى أنّ العوامل الاقتصادية الخارجة عن سيطرة الشركة مثل قدرة المستهلكين على الاقتراض وأسعار الفائدة ومعدلات البطالة ومستويات الرواتب والضرائب وتكلفة السلع والخدمات الأساسية أو الإزالة الجزئية أو الكاملة للدعم الحكومي لبعض الفئات كلها عوامل قد تؤثر بشكل كبير على الإنفاق الاستهلاكي.

إضافة إلى المخاطر المرتبطة بضعف الأداء البيعي أو انخفاض كفاءة التحصيل النقدي نتيجة نقص الأدوات التقنية أو التقارير التحليلية الداعمة لاتخاذ قرارات بيعية دقيقة، وما قد يترتب على ذلك من تراجع في الإيرادات والتدفقات النقدية.

وتتضمن المخاطر التشغيلية كذلك احتمالية تعثر سلاسل الإمداد أو الإنتاج نتيجة الاعتماد على موردين محدودين أو تأخيرات الشحن الدولي أو نقص توريد المكونات الأساسية المرتبطة بطبيعة نشاط الشركة في قطاع العطور والتجزئة، مثل الزيوت العطرية والكحول الطبي ومواد التغليف والزجاجات والمضخات والأغطية، الأمر الذي قد يؤثر على توفر المنتجات في الوقت المناسب واستمرارية العمليات.

وتعمل الشركة على الحد من هذه المخاطر من خلال تنويع الموردين، وتعزيز أنظمة التخطيط والتحليل البيعي، ومراقبة مؤشرات الأداء التشغيلي، وتطبيق ضوابط حماية حقوق الملكية الفكرية وحقوق النشر، إضافة إلى الالتزام بكافة القوانين واللوائح والتعليمات التنظيمية ذات العلاقة وبالأخص المتطلبات الصادرة عن هيئة السوق المالية والجهات الرقابية الأخرى. كما تقوم الشركة بإجراء مراجعات دورية للخطط التشغيلية وسلاسل الإمداد وتعزيز منظومة الرقابة الداخلية لضمان استمرارية الأعمال وتحقيق الكفاءة التشغيلية بما يحمي مصالح الشركة ومساهميها.

الرقابة الداخلية

تتبنى الشركة منظومة رقابة داخلية متكاملة تشرف عليها إدارات متخصصة ومستقلة، بما يعزز كفاءة الضوابط الداخلية ويرسخ مبادئ الحوكمة والشفافية. وتتولى إدارة المراجعة الداخلية مهام تقييم فعالية نظام الرقابة الداخلية وترفع تقاريرها بشكل مباشر إلى لجنة المراجعة ومجلس الإدارة، وبشكل إداري إلى الإدارة التنفيذية، بما يحافظ على استقلاليتها وموضوعيتها. كما تضطلع إدارة الالتزام بمتابعة الالتزام بالأنظمة واللوائح والتعليمات التنظيمية ذات العلاقة، ورفع تقاريرها إلى الإدارة التنفيذية ولجنة المراجعة ومجلس الإدارة عند الحاجة، وبما يتوافق مع متطلبات الجهات الرقابية وتعمل هذه الإدارات بصورة تكاملية لتعزيز بيئة الرقابة، وتحسين كفاءة العمليات، ودعم تحقيق أهداف الشركة الاستراتيجية وحماية مصالح المساهمين وأصحاب المصالح. للمزيد من المعلومات يرجى زيارة قسم "تقرير لجنة المراجعة".

أولاً: في مجال إدارة المخاطر

وتدعم إدارة الالتزام والامتثال أعمال إدارة المراجعة الداخلية في مجال إدارة المخاطر من خلال تحديد ومتابعة مخاطر عدم الامتثال، ومراجعة توافق السياسات والإجراءات مع الأنظمة واللوائح والتعليمات التنظيمية ذات العلاقة، وبالأخص متطلبات هيئة السوق المالية والجهات الرقابية الأخرى، إضافة إلى تحديث سجل الالتزام والتشريعات ذات الصلة، وتنفيذ برامج التوعية والتدريب لرفع مستوى الوعي التنظيمي لدى الإدارات، بما يعزز فعالية منظومة إدارة المخاطر والرقابة الداخلية دون التأثير على استقلالية المراجعة الداخلية.

تقوم إدارة المراجعة الداخلية بتحديد نطاق المراجعة ليشمل جميع القطاعات والإدارات ووحدات الأعمال ذات العلاقة لضمان شمولية التقييم، وفهم طبيعة أنشطة كل إدارة وعملياتها التشغيلية لتكوين تصور واضح عن بيئة الرقابة ومتطلبات الحوكمة. كما تقوم بمراجعة سجل المخاطر المعتمد لدى الشركة والتحقق من منطوقية تقييم المخاطر وفق منهجية (الاحتمالية × الأثر)، وإعداد خطة مراجعة سنوية مبنية على المخاطر تحدد أولويات ونطاق أعمال المراجعة وفق مستوى المخاطر وأهمية الأنشطة. وتنفذ الإدارة خطة المراجعة المعتمدة وفق الجداول الزمنية المحددة، وترفع تقاريرها إلى لجنة المراجعة ومجلس الإدارة، إضافة إلى المشاركة الاستشارية في ورش إدارة المخاطر لتقديم الرأي الفني وتعزيز نضج منظومة إدارة المخاطر دون التأثير على استقلالية المراجعة.

ثانياً: في مجال نظام الرقابة الداخلية

وتسهم إدارة الالتزام في دعم منظومة الرقابة الداخلية من خلال مراجعة توافق السياسات والإجراءات مع الأنظمة واللوائح والتعليمات التنظيمية ذات العلاقة، ومتابعة تنفيذ ضوابط الامتثال، وتحديث سجل الالتزام، ورصد أي حالات عدم امتثال أو قصور نظامي، ورفع التقارير والتوصيات اللازمة للإدارة التنفيذية، بما يعزز فعالية نظام الرقابة الداخلية ويكمل أعمال إدارة المراجعة الداخلية دون التأثير على استقلاليتها.

تعمل إدارة المراجعة الداخلية على تقييم تصميم وفعالية نظام الرقابة الداخلية واختبار مدى كفاءة تطبيقه، والتحقق من كفاية الضوابط لتغطية مخاطر الأعمال والمالية والتشغيلية ومخاطر الامتثال، بما في ذلك الالتزام بالأنظمة والتعليمات الصادرة عن الجهات التنظيمية وبالأخص متطلبات هيئة السوق المالية. كما تقوم بتحديد أوجه القصور ونقاط الضعف في الضوابط، وتقديم توصيات تحسين قابلة للتطبيق، ومتابعة تنفيذ خطط الإجراءات التصحيحية مع الإدارات المعنية ورفع تقارير دورية بشأنها إلى لجنة المراجعة لضمان تعزيز بيئة الرقابة وتحقيق التحسين المستمر.

دور ومسؤوليات مدير المراجعة الداخلية

- قيادة وتطوير استراتيجية وخطة عمل التدقيق الداخلي للمؤسسة بما يتماشى مع الأهداف الاستراتيجية العامة للمنظمة.
- وضع وتنفيذ خطة التدقيق الداخلي السنوية القائمة على المخاطر، بما في ذلك تحديد النطاق والأولويات وتخصيص الموارد.
- الإشراف على تنفيذ مهام التدقيق الداخلي وضمان الامتثال للمعايير المهنية والسياسات والمتطلبات التنظيمية.
- مراجعة واعتماد وتقديم نتائج التدقيق الرئيسية وتقرير الرقابة الداخلية إلى الإدارة العليا وأصحاب المصلحة المعنيين.
- مراقبة تنفيذ خطط الإجراءات التصحيحية وضمان حل ملاحظات التدقيق في الوقت المناسب عبر الإدارات.
- تعزيز أطر الحوكمة وإدارة المخاطر والرقابة الداخلية لحماية أصول المؤسسة وتقليل المخاطر المالية والتشغيلية.
- التنسيق مع المدققين الخارجيين والجهات التنظيمية وقادة الأعمال لضمان التوافق والشفافية وتغطية التدقيق الفعالة.
- تحديد الفرص لتحقيق الكفاءة التشغيلية وتحسين التكاليف وتحسين العمليات بناءً على رؤى التدقيق.
- إدارة ميزانية قسم التدقيق الداخلي وموارده وأدائه لضمان فعالية العمليات وقيمتها.
- قيادة فريق التدقيق الداخلي وتطويره وتدريبه من خلال تحديد أهداف واضحة وتقييم الأداء وتعزيز ثقافة عالية الأداء وأخلاقية.

دور ومسؤوليات مدير الالتزام والامتثال

- تطوير وتنفيذ إطار عمل الامتثال المؤسسي بما يتوافق مع لوائح هيئة السوق المالية السعودية (تداول) والهيئات التنظيمية الأخرى المعمول بها.
- ضمان الامتثال الكامل لالتزامات الإفصاح والشفافية وحوكمة الشركات وإعداد التقارير للشركات المدرجة في البورصة.
- مراقبة التغييرات التنظيمية وتقييم تأثيرها على المؤسسة، وضمان تحديث السياسات والإجراءات والضوابط في الوقت المناسب.
- الإشراف على تقييمات مخاطر الامتثال.
- التنسيق مع التدقيق الداخلي، والشؤون القانونية، وإدارة المخاطر، والهيئات التنظيمية الخارجية أثناء المراجعات والتفتيش والتحقق.
- التحقق من تقديم الإقرارات التنظيمية والإعلانات وشهادات الامتثال في غضون الجداول الزمنية المطلوبة.
- التحقيق في انتهاكات الامتثال وحالات الإبلاغ عن المخالفات والانتهاكات الأخلاقية، مع ضمان التوثيق المناسب واتخاذ الإجراءات التصحيحية.
- تقديم برامج التوعية بالامتثال وتدريب الموظفين والمديرين التنفيذيين وأعضاء مجلس الإدارة لتعزيز ثقافة الحوكمة.
- إعداد تقارير امتثال دورية للإدارة العليا واللجان التنفيذية ومجلس الإدارة/لجنة التدقيق.



نظرة عامة
عن الشركة

التوجهات
الاستراتيجية

مراجعة
الأداء

النتائج
المالية

تقرير
الحوكمة

إدارة المخاطر
والرقابة الداخلية

مراجعة
الاستدامة

الملحق

التقرير السنوي لعام 2025

مراجعة الاستدامة

ثقافة النزاهة، مسيرة التأثير.

لا تقتصر مسيرة شركة الماجد للعود على الإرث والحرفية فحسب، بل تمتد إلى التزام راسخ بالتنمية المسؤولة. وتتجلى الاستدامة في صميم عمليات الشركة من خلال تنمية المواهب المحلية، وتقديم دعم مجتمعي فعّال، والتوريد المسؤول، وممارسات حوكمة رشيدة تتماشى مع مستهدفات رؤية السعودية 2030.



45 تنفيذ
مبادرة لدعم المجتمع في عام 2025

إنفاق 25.4 مليون \$
على الموردين المحليين

المواطنون السعوديون يشكلون نسبة
48% من القوى العاملة

128	نهج الاستدامة
130	الإشراف البيئي
134	خلق القيمة الاجتماعية
144	أخلاقيات العمل

نهج الاستدامة

يرتكز نهج الاستدامة لدى شركة الماجد للعود حول ثلاثة مجالات أساسية تعكس نموذج أعمال الشركة وأولويات المساهمين وأهدافها طويلة الأجل في خلق القيمة.

1. استقطاب وتطوير والاحتفاظ بالكفاءات المحلية، مع التركيز الكبير على السعودية، وبرامج التدريب المتخصصة، وتهيئة بيئة عمل مستقرة وشاملة وقائمة على الأداء.
2. تطوير سلاسل إمداد مستدامة من خلال دمج ممارسات التوريد المسؤول، وأنظمة إدارة البيئة والجودة، وتعزيز كفاءة العمليات في مجالات التصنيع والخدمات اللوجستية والتجزئة.
3. إحداث أثر إيجابي وملاموس في المجتمعات التي تعمل فيها الشركة من خلال مبادرات مسؤولية اجتماعية منظمة، وأنشطة خيرية، وبرامج مشاركة مجتمعية متوافقة مع الأولويات الوطنية.

تتولى قيادة الشركة الإشراف على الآثر والمخاطر والفرص المرتبطة بالاستدامة، ويتم رصد موضوعاتها على مستوى الإدارة التنفيذية بالتنسيق مع الإدارات المعنية. وعلى الرغم من عدم وجود لجنة استدامة مخصصة أو إطار رسمي لحوكمة الجوانب البيئية والاجتماعية والمؤسسية حاليًا، تواصل الشركة تقييم الفرص المتاحة لتعزيز ممارسات حوكمة الاستدامة وإعداد التقارير ذات الصلة.

التفاعل مع أصحاب المصلحة

يُعد التواصل مع أصحاب المصلحة عنصرًا أساسيًا في نهج الاستدامة لدى شركة الماجد للعود. وتحافظ الشركة على تواصل منظم مع مجموعات أصحاب المصلحة الرئيسيين، بما في ذلك:

- المساهمون والمستثمرون
- الموظفون
- العملاء
- الموردون وشركاء الأعمال
- المجتمعات المحلية
- الجهات التنظيمية والمؤسسات العامة

يُدمج هذا التواصل من خلال التفاعل المستمر مع العملاء عبر شبكة متاجر التجزئة والمنصات الإلكترونية، ومبادرات إشراك الموظفين، وبرامج التواصل الداخلي، والتعاون المنظم مع المؤسسات الخيرية والمجتمعية. كما تتواصل الشركة مع الموردين عبر عمليات الشراء وضمان الجودة، بما يشمل الاتفاقيات التعاقدية ومواصفات المنتجات ومتطلبات الامتثال. وبصفتها شركة مدرجة، تحافظ الماجد للعود على تواصل منظم مع المساهمين ومجتمع الاستثمار من خلال الإفصاحات العامة والتواصل مع المستثمرين، بما يضمن الامتثال للمتطلبات التنظيمية ودعم إعداد التقارير في الوقت المناسب وبدقة.

التوافق مع رؤية السعودية 2030 وأهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة

القطاع الخاص، والإدارة البيئية الرشيدة. كما تقوم بمواصلة مبادراتها في مجال الاستدامة مع أهداف الأمم المتحدة للتنمية المستدامة ذات الصلة لضمان الاتساق وقابلية المقارنة على المستوى العالمي.

تتوافق استراتيجية الاستدامة لدى شركة الماجد للعود مع أولويات التنمية الوطنية وأجندة الاستدامة العالمية. وتدعم الشركة أهداف رؤية السعودية 2030، لا سيما في مجالات التوطين، وخلق فرص العمل، وتنمية

أقسام التقارير ذات الصلة	أهداف التنمية المستدامة ذات الصلة للأمم المتحدة	الأهداف	رؤية السعودية 2030
<ul style="list-style-type: none"> الأثر المجتمعي منتجاتنا الرعاية البيئية موظفينا 		<ul style="list-style-type: none"> تعزيز القيم الإسلامية والهوية الوطنية وإثراء الفرص الثقافية والترفيهية تشجيع أنماط الحياة الصحية تطوير الاستدامة البيئية 	<p>مجتمع نابض بالحياة</p>
<ul style="list-style-type: none"> نموذج الأعمال الرؤية الاستثمارية الاستراتيجية منتجاتنا المبيعات متعددة القنوات سلاسل الإمداد المرنة موظفونا التحول الرقمي 		<ul style="list-style-type: none"> تطوير القطاعات غير النفطية دعم القطاع الخاص والشركات الصغيرة والمتوسطة تعزيز المشاركة في سوق العمل تطوير البنية التحتية الرقمية 	<p>اقتصاد مزدهر</p>
<ul style="list-style-type: none"> الأثر المجتمعي 		<ul style="list-style-type: none"> تمكين القطاع غير الربحي تشجيع العمل التطوعي 	<p>أمة طموحة</p>



الإشراف البيئي

تدير شركة الماجد للعود أثرها البيئي من خلال عمليات ملتزمة بالامتثال، واستخدام مسؤول للموارد، وكفاءة في استخدام الطاقة، وتحسين مستمر في مجالات التصنيع والتخزين والتوزيع.

تُدار عمليات الشركة بما يمنع الضرر البيئي ويضمن الامتثال للمتطلبات التنظيمية ومتطلبات الترخيص المعمول بها. وتشمل هذه المتطلبات متطلبات البلديات لفروع البيع بالتجزئة، ومتطلبات وزارة الصناعة والهيئة السعودية للمدن الصناعية والمناطق التقنية (مدن) لعمليات التصنيع والتخزين، ومتطلبات الهيئة العامة للغذاء والدواء، ومتطلبات المسح البيئي.

تُدمج الاعتبارات البيئية المتعلقة بكفاءة الطاقة، والنفايات، والمياه، والاقتصاد الخاص بالتدوير في العمليات اليومية للشركة، ويدعمها إجراءات داخلية

وشراكات خارجية. طموحنا هو تعزيز كفاءة العمليات، وتحسين الاستدامة البيئية، وتقليل التكاليف مع الحفاظ على جودة المنتجات.

ولمزيد من تعزيز إطار الحوكمة البيئية، تقوم شركة الماجد للعود بتنفيذ نظام إدارة البيئة وفق ISO 14001. يهدف هذا النظام إلى تنظيم تحديد المخاطر البيئية ورصدها وتحسين الأداء في أنحاء المجموعة، مما يدعم أسلوباً أكثر تنظيماً وقابلية للتدقيق في الإدارة البيئية.



برنامج زراعة الأشجار بالتعاون مع مدن

أطلقت مجموعة الماجد للعود مبادرة لزراعة الأشجار بالتعاون مع الهيئة السعودية للمدن الصناعية ومناطق التقنية (مدن)، بهدف تشجير المنطقة حول مصنعها ومستودعاتها لدعم جهود الحفاظ على النباتات وتعزيز الاستدامة البيئية في المنطقة الصناعية. تسهم هذه المبادرة في تحسين جودة البيئة المحيطة وتقليل الأثر البيئي الناتج عن العمليات التشغيلية، وذلك تماشيًا مع التزام الشركة بالمسؤولية البيئية وأهداف رؤية السعودية 2030.



إدارة المياه

تدرك شركة الماجد للعود لأهمية استخدام المياه بشكل مسؤول، خاصةً أن عملياتها تقع في مناطق تعاني من ضغط متزايد على الموارد المائية. تلتزم الشركة بإدارة استهلاك المياه بشكل حكيم عبر منشآتها، مع التركيز على كفاءة عمليات التصنيع، والمراقبة الدورية، وتطبيق تدابير عملية لتقليل الاستخدام غير الضروري.

استهلاك المياه، م³



انبعاثات الغازات الدفيئة واستهلاك الطاقة

تتناول الشركة قضايا تغير المناخ من خلال التركيز على كفاءة الطاقة وتحسين العمليات دون وضع أهداف كمية رسمية في هذه المرحلة، مع الأخذ بعين الاعتبار المبادرات المستقبلية، مثل التعاون مع مزودي الطاقة الشمسية لتقييم إمكانية التنفيذ في المصنع.

يشكل استهلاك الطاقة عبر مرافق التصنيع والمستودعات والعمليات اللوجستية وشبكة التجزئة التابعة للمجموعة المصدر الرئيسي لمعظم الانبعاثات غير المباشرة لغازات الدفيئة، في حين تنشأ الانبعاثات المباشرة من العمليات التشغيلية في المواقع ومن أصول الخدمات اللوجستية المملوكة. وتؤكد الشركة أن مصنعها لا يطلق غازات محظورة أثناء عمليات الإنتاج.

استهلاك الكهرباء، ميغاواط ساعة



التوريد المستدام والتغليف

المتنوع للتوريد في دعم استمرارية الإمداد، وثبات جودة المنتجات، والحد من المخاطر عبر سلسلة القيمة.

ويؤدي التغليف دورًا مهمًا في ضمان جودة المنتجات والحفاظ على سلامتها عبر شبكة البيع بالتجزئة والتوزيع التابعة للشركة. وتواصل شركة الماجد للعود مراجعة مواصفات التغليف للتأكد من الامتثال لمتطلبات سلامة المنتجات واللوائح التنظيمية ذات الصلة، مع العمل في الوقت ذاته على تعزيز الكفاءة التشغيلية.

تعرف على المزيد في قسم "سلاسل الإمداد المرنة"

تدرك شركة الماجد للعود أن الأثر البيئي لمنتجاتها يمتد إلى ما هو أبعد من عمليات التصنيع ليشمل أيضًا مصادر المواد الخام وتصميم واستخدام مواد التغليف وعليه، فإن النهج البيئي للشركة يشمل ممارسات توريد مسؤولة وتحسين مواصفات التغليف بما يتوافق مع متطلبات جودة المنتجات والكفاءة التشغيلية.

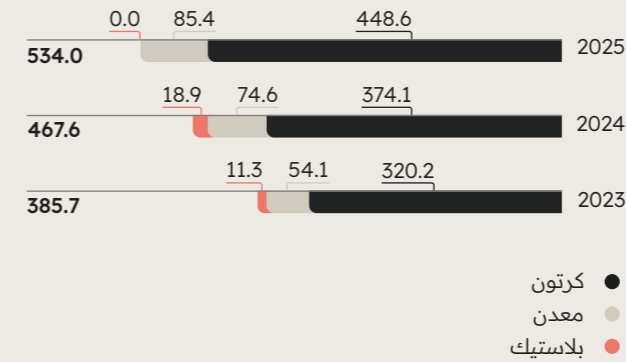
تعتمد الشركة على استراتيجية شاملة للتوريد والمشتريات تستند إلى مصادر عالمية موثوقة وشراكات استراتيجية مع موردين رائدين متخصصين في تصنيع العطور الأساسية ومكونات العطور، بما في ذلك الزيوت العطرية والمركبات العطرية. وحيثما كان ذلك ممكنًا، تُعطي هذه الشراكات أولوية للموردين الذين يطبقون ممارسات مستدامة ويلتزمون بمعايير الجودة والسلامة والبيئة المعمول بها. ويسهم هذا النموذج

إدارة النفايات

إدارة النفايات تُعتبر عنصرًا أساسيًا في مسؤولية شركة الماجد للعود البيئية. تمتلك الشركة عقودًا مع مزودي خدمات متخصصين للتعامل مع النفايات الصلبة والسائلة، مما يضمن الالتزام باللوائح البيئية والمعايير الداخلية.

تشمل الأنواع الرئيسية للنفايات الناتجة عن العمليات الإنتاجية والتغليف والنفايات العامة، وتتضمن المبادرات الرئيسية لإعادة التدوير وإعادة الاستخدام، التعاون مع شركات متخصصة في إعادة تدوير الكرتون والمعادن والخشب، بالإضافة إلى تحسين آليات فرز النفايات وتشجيع إعادة الاستخدام حيثما كان ذلك ممكنًا عبر مختلف العمليات. في عام 2025، ارتفعت الكمية الإجمالية للنفايات المعاد تدويرها والمستخدمة مرة أخرى بنسبة 14.2%.

النفايات المعاد تدويرها وإعادة استخدامها، طن



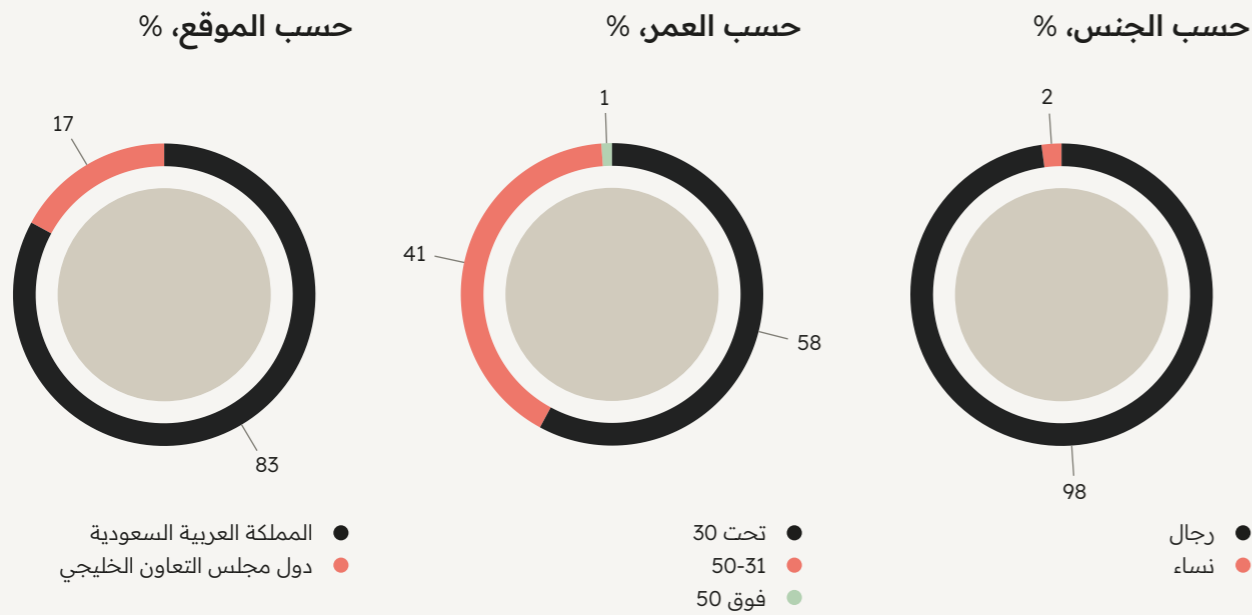
خلق القيمة الاجتماعية

الشركة الاجتماعية بهدف واضح: تحقيق أثر مجتمعي ملموس وقابل للقياس، مع دعم دور الشركة كمؤسسة مسؤولة اجتماعياً وعلامة تجارية وطنية موثوقة.

تُنفذ المبادرات الاجتماعية بطريقة منظمة لضمان توافقها مع الأولويات الوطنية، ولا سيما أهداف رؤية السعودية 2030 المتعلقة بجودة الحياة والمشاركة المجتمعية. وتسترشد استثمارات

تسعى شركة الماجد للعود إلى خلق قيمة اجتماعية من خلال الاستثمار في الكفاءات المحلية، ودعم رفاهية المجتمع عبر مبادرات منظمة للمسؤولية الاجتماعية للشركات، وبناء شراكات موثوقة تُعزز الأولويات الوطنية.

توزيع الموظفين في عام 2025



2,396

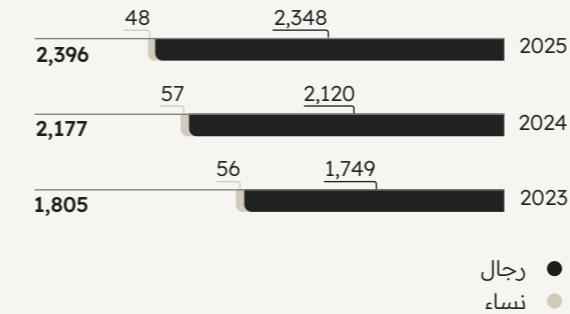
موظفًا في عام 2025¹ (+10.1%)

موظفونا

يظل الموظفون في شركة الماجد للعود محور الأداء التشغيلي والقدرة التنافسية على المدى الطويل. تركز استراتيجية رأس المال البشري للشركة على بناء قوة عاملة مستقرة وقادرة ومحفزة.

في عام 2025، ارتفع عدد موظفينا بنسبة 10.1%، ليصل إلى 2396 موظفًا، بما يتماشى مع توسع عمليات الشركة. تتكون قوتنا العاملة في المقام الأول من الشباب، حيث يشكل الموظفون الذين تقل أعمارهم عن 30 عامًا 58% من الإجمالي في عام 2025. وهذا يعكس التزامنا بتعزيز بيئة ديناميكية ومبتكرة تستغل طاقة ووجهات نظر الأجيال الشابة الجديدة.

عدد الموظفين



¹ كما في 31 ديسمبر 2025.

التوظيف

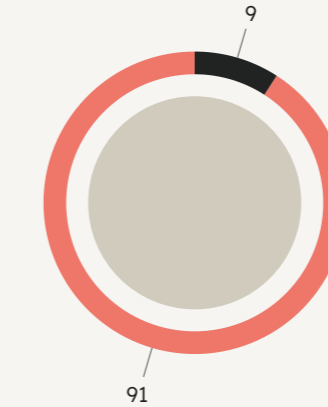
تكرس شركة الماجد للعود جهودها لتوظيف القوى العاملة المحلية كلما كان ذلك ممكناً، بناءً على الظروف المحلية وتوافر الكوادر الماهرة في المملكة العربية السعودية. تتبع الشركة نهجاً منظماً للتوظيف، يركز على استقطاب وتطوير المواهب الوطنية في جميع الأقسام والمستويات التنظيمية.

بحلول عام 2025، ارتفع عدد الموظفين السعوديين بنسبة 2.3% ليصل إلى 953 موظفًا، مما جعلهم يشكلون الآن 48% من إجمالي القوى العاملة في المملكة. من خلال إعطاء الأولوية للتوظيف المستدام، حققت الشركة وحافظت على تصنيف بلاتيني في برنامج "نطاقات" عبر كافة فروعها.

تصنيف "نطاقات" البلاتيني

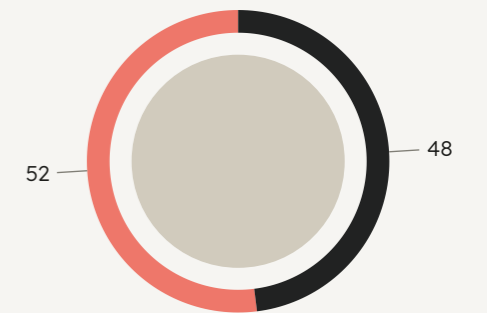
في دول مجلس التعاون الخليجي، نسبة الموظفين المحليين أقل بكثير مقارنة بالموظفين الوافدين، وذلك بسبب عوامل خاصة بالمنطقة. تركز الشركة على زيادة عدد الموظفين المحليين من خلال اتباع نهج منظم في التوظيف. بحلول عام 2025، ارتفع عدد الموظفين المحليين في دول الخليج بمقدار 2.4 مرة، وأصبحوا الآن يمثلون 9% من إجمالي القوة العاملة في المنطقة.

توزيع الموظفين في دول مجلس التعاون الخليجي، %



● مواطنو دول مجلس التعاون الخليجي
● مواطنو دول أخرى

توزيع الموظفين في المملكة العربية السعودية، %



● السعوديون
● غير السعوديين

مزايا الموظفين ورفاهيتهم

تلتزم شركة الماجد للعود بدعم رفاهية الموظفين من خلال تقديم مزايا تنافسية ومبادرات في مكان العمل تعزز رضاهم الوظيفي واحتفاظهم بالوظائف على المدى الطويل.

توفر الشركة تغطية شاملة للتأمين الطبي، بالإضافة إلى بدل سكن أو إقامة للموظفين. وفقًا للقوانين واللوائح العمالية المعمول بها، تشمل مزايا الموظفين

مكافآت نهاية الخدمة، وتغطية التأمين الطبي للعائلة، وإجازة سنوية، وإجازة وفاة، وإجازة أمومة، وإجازة أبوة، وإجازة مرضية، وإجازة زواج. كما تشجع الشركة على تحقيق التوازن بين العمل والحياة من خلال تنظيم ساعات العمل وسياسات الإجازات، خاصة في الوظائف الإدارية والتنظيمية. يحصل الموظفون أيضًا على خصومات خاصة طوال العام ويحق لهم الاستفادة من استشارات قانونية مجانية تقدمها الإدارة القانونية.

مشاركة الموظفين والثقافة المؤسسية والتواصل الداخلي

150
فعالية داخلية تم تنظيمها في عام 2025 (2.7 ضعف ما تم إجراؤه في عام 2024)

تسعى شركة الماجد للعود إلى خلق بيئة عمل ديناميكية وداعمة من خلال اعتماد نهج متكامل يعزز استقرار الوظائف ويشجع الموظفين على المشاركة الفعالة عبر مبادرات اجتماعية وثقافية طوال العام. تساهم هذه الجهود في تحسين رضا الموظفين، وتعزيز العمل الجماعي، وزيادة الإنتاجية.

في عام 2025، نظمت الشركة مجموعة من الفعاليات والأنشطة الداخلية، منها:

- الاحتفال بيوم تأسيس المملكة العربية السعودية.
- تنظيم تجمعات رمضانية.
- إحياء ذكرى اليوم الوطني السعودي من خلال مبادرات داخلية وأنشطة ثقافية.
- تنظيم فعاليات للموظفين لتعزيز التفاعل والعمل الجماعي.
- توفير تحديثات داخلية ووسائل تواصل من خلال إعلانات بريد إلكتروني منظمة.

يُقاس رضا الموظفين بشكل أساسي من خلال استبيان سنوي شامل لجميع موظفي الشركة، يُستكمل باستبيانات دورية موجهة تُجرى خلال العام. تُجرى الاستبيانات بشكل مجهول لتشجيع تقديم آراء صريحة، وتغطي عادةً مجالات رئيسية مثل فعالية القيادة، وبيئة العمل، وعبء العمل، والتطوير الوظيفي، والمشاركة العامة.

تدعم نتائج الاستطلاعات التحسين المستمر من خلال مساعدة الشركة في تحديد نقاط القوة - مثل التعاون والالتزام بالقيم المؤسسية - فضلاً عن المجالات التي تحتاج إلى تطوير إضافي، بما في ذلك التقدم المهني وتوازن حجم العمل في بعض الوظائف. وقد ساهمت الرؤى المستخلصة من نتائج الاستطلاعات في اتخاذ خطوات عملية، منها تحسين برامج التعلم والتطوير، وتعزيز ممارسات التواصل الداخلي، وتدريب إداري مُوجّه.



التدريب والتطوير

ونتيجة لبرامج التدريب وتقييم الأداء لعام 2025، قامت شركة الماجد للعود بترقية 20 موظفًا سعوديًّا داخليًّا ضمن وظائف رئيسية، شملت عمليات المبيعات، والعلاقات العامة، والشؤون القانونية، وخدمة العملاء، وإدارة وسائل التواصل الاجتماعي، وغيرها. بالإضافة إلى ذلك، نفذت الشركة زيادات في الرواتب، ورفعت كفاءات وطنية سعودية إلى عدد من المناصب الإدارية القيادية.

في عام 2025، عزّزت الشركة وتيرة تطوير الكفاءات الوطنية السعودية من خلال مبادرات تدريبية موجهة، شملت برنامج 60 المخصص لفرق المبيعات، والهادف إلى تنمية المهارات وإعداد الموظفين لتحمل مسؤوليات أكبر ودعم مساراتهم المهنية. وتناولت البرامج التدريبية موضوعات متعددة، من بينها الذكاء الاصطناعي، والتخطيط الاستراتيجي، والذكاء العاطفي، واتخاذ القرار، وحل المشكلات في الإدارة، وإدارة النزاعات، والتواصل الفعال. كما وفرت الشركة فرص تدريب وتطوير لـ 40 متدربًا عبر مختلف الإدارات خلال عام 2025.

430
موظف سعودي تم تدريبه في عام 2025

موظف سعودي تم تدريبه في عام 2025

الأثر المجتمعي

تم تنفيذ **45** مبادرة في عام 2025



تعتبر شركة الماجد للعود للعود أن المشاركة المجتمعية جزءاً أساسياً من استراتيجيتها للاستدامة ونموذج خلق القيمة على المدى الطويل. تم تصميم مبادرات الشركة المجتمعية لتحقيق تأثير اجتماعي ملموس، وتعزيز ثقة المساهمين، وتقوية سمعة المؤسسة، ودعم أهداف رؤية السعودية 2030، وخاصة في مجالات جودة الحياة والتنمية الاجتماعية والقيم الثقافية.

تم دعم **14** مستشفى و**17** منظمة خيرية



خلال عام 2025، نفذت الشركة برنامجاً شاملاً للمسؤولية الاجتماعية للشركات من خلال إدارة العلاقات العامة. يركز البرنامج على دعم الرعاية الصحية، والشراكات الخيرية، والمشاركة المجتمعية الدينية والثقافية، والمشاركة في المناسبات الوطنية والفعاليات العامة. صُممت أنشطته الرئيسية لدعم المجتمعات والفئات الأكثر ضعفاً، مع التركيز بشكل خاص على تحسين جودة الحياة وتعزيز التضامن الاجتماعي. في عام 2025، شملت الفئات الرئيسية المستفيدة من مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات ما يلي:

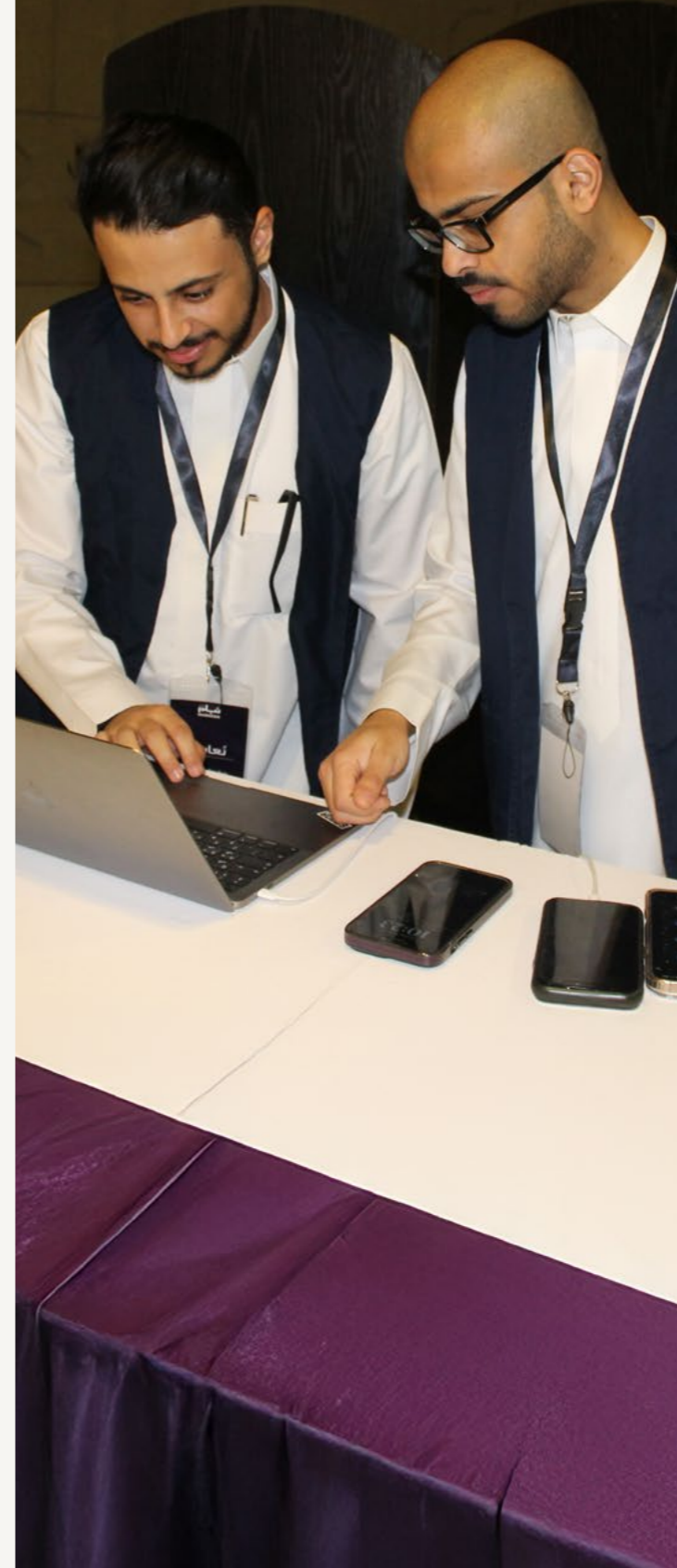
- المرضى المقيمون في المستشفيات
- كبار السن
- الأطفال والعائلات الحاضنة
- الأسر المحتاجة
- ذوي الاحتياجات الخاصة
- المؤسسات المجتمعية والمنظمات غير الربحية

إجمالي الإنفاق على المسؤولية الاجتماعية للشركات بلغ **46,000** ريالاً



دعم مؤسسات الرعاية الصحية

في عام 2025، قامت شركة الماجد للعود بتوزيع هدايا ومنتجات عطرية على المرضى المقيمين في 14 مستشفى في المملكة العربية السعودية، من بينها مستشفى العزيز والشميسي ومستشفى الأمير محمد بن عبد العزيز ومستشفى الملك خالد الجامعي. كانت هذه المبادرة تهدف إلى رفع معنويات المرضى وتعزيز بيئة المستشفى لتكون أكثر إيجابية ودعماً.



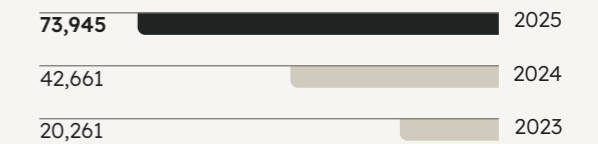
الصحة والسلامة

تظل الصحة والسلامة إحدى الأولويات التشغيلية الرئيسية، خاصة في عمليات التصنيع واللوجستيات الخاصة بالشركة. تعتمد شركة الماجد للعود نهجاً لإدارة الصحة والسلامة المهنية يهدف إلى منع الإصابات في مكان العمل وضمان توفير ظروف عمل آمنة.

تقدم الشركة برامج تدريب مستمرة حول السلامة المهنية لرفع الوعي بالمخاطر الموجودة في بيئة العمل وضمان الاستخدام الآمن للمعدات. كما توفر معدات الحماية الشخصية وتطبق ممارسات إدارة المصنع القائمة على السلامة. تدير وتراعي الشركة الصحة والسلامة من خلال التعاون مع مقدمي خدمات متخصصين، بما في ذلك شركة الصافي للسلامة، لدعم الامتثال لمعايير وأنظمة الصحة والسلامة المهنية المعمول بها.

وتواصل شركة الماجد للعود زيادة استثماراتها في مجال الصحة والسلامة سنوياً لضمان بيئة عمل آمنة. وفي عام 2025، ارتفع هذا الاستثمار بنسبة 73.3%، ليصل إلى 73,945 ريالاً. وقد أسفرت جهودنا عن تسجيل صفر إصابات عمل في عام 2025.

إجمالي نفقات الصحة والسلامة، ريالاً



0



إصابات قابلة للتسجيل في عام 2025

الأنشطة الخيرية والشراكات طويلة الأجل

في عام 2025، عززت شركة الماجد للعود مشاركتها المجتمعية والخيرية من خلال مبادرات منظمة تهدف إلى تحقيق أثر اجتماعي مستدام. ومن أبرز هذه المبادرات توقيع اتفاقية تعاون مع جمعية الوداد لرعاية الأيتام مجهولي الأبوين، حيث قدمت الشركة بموجبها 130 هدية للأسر الحاضنة على مدار العام، دعمًا لرفاه الأسرة وتعزيزًا لاستقرار الاجتماعي والنفسي للأطفال.

كما دعمت الشركة حفل زفاف جماعي للأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة بالتعاون مع جمعية "حركة" الخيرية، مما يبرز التزامها بإدماجهم وضمان كرامتهم.

تضمنت المبادرات الخيرية الإضافية ما يلي:

- دعم الناجين من مرض السرطان خلال أداء العمرة بالتعاون مع جمعية متعافي.
- رعاية جمعية زهرة لسرطان الثدي من خلال توزيع الهدايا وعرض المنتجات.
- المشاركة في حفلات الزفاف المجتمعية عبر تقديم الهدايا والمشاركة الاحتفالية.
- توزيع العطور في البازار الخيري الذي نظّمته جمعية كسوة الخيرية.
- رعاية مشاركة فريق السقفية في ماراثون الرياض.
- تقديم هدايا بمناسبة اليوم الوطني السعودي لمبادرة ديسكا لدعم متلازمة داون.
- رعاية افتتاح جمعية رونق النسائية للخدمات الإنسانية في الجوف.
- تنظيم زيارات لدور رعاية كبار السن وتقديم الهدايا.



استقطاب الجمهور الشاب

في إطار جهودها الأوسع نطاقاً للتواصل المجتمعي والتوعية الشبابية، وقّعت شركة الماجد للعود اتفاقية رعاية لمدة عام مع إحدى أبرز ثلاث منظمات للرياضات الإلكترونية في المنطقة، تبدأ من نهاية عام 2025 وحتى عام 2026، مع خيار تمديد الشراكة.

وتعكس هذه المبادرة التزام الشركة بالتواصل مع فئة الشباب ودعم دور المملكة العربية السعودية المتنامي في استضافة بطولات الرياضات الإلكترونية وألعاب الفيديو الدولية.



تعرف على المزيد في قسم "المبيعات متعددة القنوات"

برامج مجتمعية دينية

في إطار جهودها للتواصل المجتمعي، دعمت شركة الماجد للعود مبادرات تعزيز القيم الثقافية والدينية في جميع أنحاء المملكة. وفي عام 2025، قدمت الشركة هدايا تقديرية لدعم برامج تحفيظ القرآن الكريم بالتعاون مع مؤسسات تعليمية وغير ربحية مرموقة، منها جمعية مكنون، ووقف مداد الخير، وجمعية متيقنين، ومجمع روح التعليمي، وغيرها.

بالإضافة إلى ذلك، شاركت الشركة في مبادرة "فواح"، حيث قامت بتوزيع منتجات في أكثر من 50 مسجدًا ومجمعًا في خميس مشيط. كما وزعت الشركة أكثر من 2,300 منتج عطري من

خلال فروعها المنتشرة في جميع أنحاء السعودية لدعم مبادرات تعطير المساجد والمساهمة في خلق أجواء ترحيبية للمصلين.

خلال شهر رمضان لعام 2025، شارك الموظفون في مبادرات تطوعية، بما في ذلك تجهيز وتوزيع وجبات الإفطار. وقد قامت الشركة بتوزيع أكثر من 2,000 وجبة تم إعدادها بواسطة موظفيها للصائمين، مما ساهم في تعزيز التضامن الاجتماعي ودعم المجتمع خلال هذا الشهر المبارك.

توزيع **2,000** وجبة إفطار في عام 2025



سلاسل الإمداد المرنة

تعمل شركة الماجد للعود وفق نموذج متكامل لسلسلة الإمداد يدعم عمليات الإنتاج والتخزين والتوزيع داخل المملكة العربية السعودية وعلى المستوى الدولي. ويهدف نهج الشركة في إدارة سلسلة الإمداد إلى ضمان التوافر المستمر للمواد الخام عالية الجودة، والحفاظ على سلامة المنتجات عبر مراحل التصنيع والتوزيع، وتعزيز حوكمة المشتريات من خلال ممارسات منظمة لإدارة الموردين.

في عام 2025، حافظت شركة الماجد للعود على قاعدة واسعة من الموردين، حيث تعاونت مع 73 مورداً دولياً و150 مورداً ومقدم خدمة محلي، مما يعكس تركيز الشركة على التنوع والاستمرارية.

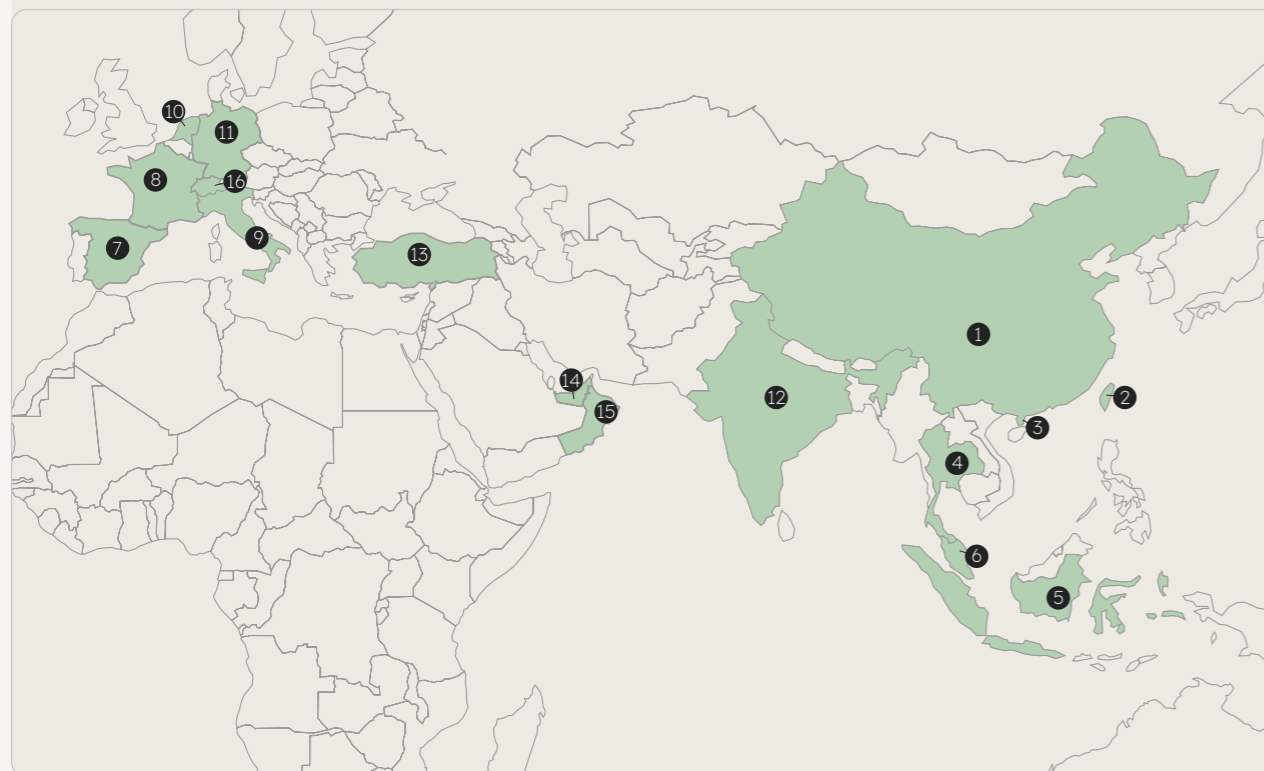
تتم إدارة التوزيع من خلال مزيج من عمليات الأسطول الداخلي التي تخدم الفروع في جميع أنحاء المملكة وشركاء اللوجستيات الذين يدعمون التوصيلات عبر الإنترنت داخل وخارج السعودية. وتستند عملية الشراء إلى استراتيجية توريد عالمية متنوعة وشراكات استراتيجية مع كبار موردي مكونات العطور ومواد التعبئة والتغليف في آسيا وأوروبا والشرق الأوسط.

تعتمد الشركة على استراتيجية متنوعة للمصادر والمشتريات تدعمها شبكة موثوقة من الموردين العالميين وعلاقات الشراكة الاستراتيجية مع الشركات الرائدة المتخصصة في مواد العطور والمكونات الأساسية للعود. يتم التخطيط لسلسلة الإمداد من خلال عمليات تشغيلية منظمة، على رأسها منهجية تخطيط المبيعات والعمليات، مما يعزز قدرة الشركة على تنسيق توقعات الطلب، وتخطيط الإنتاج، وإدارة المخزون.

يظل الحفاظ على معايير عالية للجودة والسلامة أولوية أساسية في مجال المشتريات. من منظور الشراء، يتم تضمين ضوابط الجودة ضمن عمليات تطوير المنتجات والمشتريات، بما في ذلك المواصفات والعينات والموافقات، وتدار علاقات الموردين من خلال اتفاقيات منظمة تحدد المتطلبات التجارية الرئيسية والتوقعات التشغيلية.

مواقع التوريد

1. الصين	2. تايوان	3. هونغ كونغ	4. تايلاند	5. إندونيسيا	6. سنغافورة	7. إسبانيا	8. فرنسا	9. إيطاليا	10. هولندا	11. ألمانيا	12. الهند	13. تركيا	14. الإمارات العربية المتحدة	15. عُمان	16. سويسرا
----------	-----------	--------------	------------	--------------	-------------	------------	----------	------------	------------	-------------	-----------	-----------	------------------------------	-----------	------------



المحتوى المحلي

تم إنفاق **25.4 مليون** \$ على الموردين المحليين في عام 2025

8.3% من إجمالي مشتريات

تدعم الماجد للعود المشتريات المحلية كجزء من مساهمتها الاقتصادية الأوسع ومواءمتها مع أهداف رؤية السعودية 2030. في عام 2025، بلغ الإنفاق على المشتريات من الموردين المحليين 25.4 مليون \$، وهو ما يمثل 8.3% من إجمالي ميزانية المشتريات. ويعكس ذلك مشاركة الشركة المستمرة مع الموردين المحليين مع الحفاظ على جودة المنتج وموثوقية التوريد عبر شبكة التصنيع والتجزئة.

150 مورداً محلياً



73 مورداً دولياً في عام 2025



أخلاقيات العمل

تدعم المعايير الأخلاقية القوية وممارسات الامتثال الشفافية والمساءلة وثقة المساهمين في جميع العمليات وسلسلة إمداد شركة الماجد للعود.

تُعدّ المعايير الأخلاقية الراسخة وممارسات الامتثال الفعالة أساسية للحفاظ على ثقة أصحاب المصلحة، وحماية قيمة المساهمين، ودعم النمو المستدام لشركة الماجد للعود كشركة مساهمة عامة. ويؤكد نهج حوكمة الشركة على المساءلة والشفافية والسلوك التجاري المسؤول في جميع الوظائف والعمليات. وتُطبّق سياسات وإجراءات خاصة بكل قسم لضمان التوافق

مع مبادئ أخلاقيات العمل ومتطلبات الامتثال الداخلية. وتوجّه هذه السياسات العمليات اليومية وتدعم التطبيق المتسق لمعايير الحوكمة في جميع أنحاء مكان العمل.

كما تُطبّق شركة الماجد للعود مدونة سلوك تُعمّم على جميع الموظفين. وهذا يُعزّز الوعي بالسلوك المتوقع ويُرسّخ ثقافة السلوك الأخلاقي بين جميع العاملين.

مكافحة الفساد والرشوة

تلتزم شركة الماجد للعود بمنع الفساد والرشوة، والحفاظ على أعلى معايير النزاهة في علاقاتها التجارية. ولدى الشركة إطار عمل لمكافحة الفساد والرشوة.

ولدعم الشفافية والمساءلة، تُفعل الشركة آلية إبلاغ تُمكن الموظفين وأصحاب المصلحة من طرح مخاوفهم بسرية تامة. ويتم الإبلاغ عبر رابط مخصص على موقع الشركة الإلكتروني، وفقاً لإجراءات إدارة الامتثال. وقد صُمم إطار الإبلاغ لتعزيز السرية، وضمان إمكانية تصعيد المخاوف المتعلقة بسوء السلوك، أو التصرفات غير الأخلاقية، أو انتهاكات الامتثال، عبر القنوات المناسبة.

التعزيز المستمر لممارسات الامتثال

في إطار سعيها المستمر للتطوير كشركة مدرجة في السوق المالية السعودية "تداول" بالسوق الرئيسي، تواصل شركة الماجد للعود تعزيز بيئة الامتثال الداخلية لديها من خلال تحسين السياسات، وتعزيز وعي الموظفين، وضمان توافق معايير الحوكمة والأخلاق مع المتطلبات التنظيمية وأفضل الممارسات.

ستواصل الشركة تقييم الفرص المتاحة لتعزيز إطار عملها الأخلاقي والامتثال، ودعم ثقة أصحاب المصلحة على المدى الطويل والأداء المؤسسي المستدام.





نظرة عامة
عن الشركة

التوجهات
الاستراتيجية

مراجعة
الأداء

النتائج
المالية

تقرير
الحوكمة

إدارة المخاطر
والرقابة الداخلية

مراجعة
الاستدامة

الملحق

التقرير السنوي لعام 2025

الملحق



فهرس محتويات المبادرة العالمية
للتقارير (GRI)

148

محاو الإفصاح عن الممارسات البيئية والاجتماعية
وحوكمة الشركات (ESG) لدى السوق المالية
السعودية (تداول)

150

فهرس محتويات المبادرة العالمية للتقارير (GRI)

بيان الاستخدام	قدّمت شركة الماجد للعود (شركة مساهمة سعودية) المعلومات المذكورة في هذا الفهرس للفترة الممتدة من 1 يناير إلى 31 ديسمبر 2025 وفقاً لمعايير المبادرة العالمية للتقارير (GRI).
استُخدم المعيار 1 من المبادرة العالمية للتقارير	GRI 1: الأساسيات لعام 2021

معايير المبادرة العالمية للتقارير	الإفصاح	الموقع
GRI 2: الإفصاحات العامة لعام 2021	1-2 تفاصيل تنظيمية	نبذة عن التقرير
	2-2 كيانات مُتضمنة في تقرير الاستدامة للمنظمة	نبذة عن التقرير
	3-2 الفترة المشمولة بالتقرير، والوتيرة، ونقطة الاتصال	نبذة عن التقرير
	6-2 النشاطات وسلسلة القيمة وعلاقات العمل الأخرى	<ul style="list-style-type: none"> لمحة عامة عن الشركة استعراض الأداء
	7-2 الموظفون	موظفونا
	9-2 هيكل الحوكمة وبنيتها	<ul style="list-style-type: none"> نظرة عامة على الحوكمة مجلس الإدارة
	10-2 ترشيح واختيار أعلى هيئة حوكمة	مجلس الإدارة
	12-2 دور أعلى هيئة حوكمة في الإشراف على إدارة التأثيرات	نهج الاستدامة
	13-2 تفويض المسؤوليات المتعلقة بإدارة التأثيرات	نهج الاستدامة
	19-2 سياسات المكافآت	المكافآت
20-2 آلية تحديد المكافآت	المكافآت	
22-2 بيان حول استراتيجية التنمية المستدامة	نهج الاستدامة	
23-2 التزامات السياسات	<ul style="list-style-type: none"> نهج الاستدامة التأثير المجتمعي أخلاقيات العمل 	
24-2 تضمين التزامات السياسات	<ul style="list-style-type: none"> نهج الاستدامة الإرشاد البيئي موظفونا التأثير المجتمعي أخلاقيات العمل 	
25-2 إجراءات معالجة التأثيرات السلبية	تجربة العملاء	
26-2 الآليات المخصصة لطلب المشورة والإبلاغ عن المخاوف	أخلاقيات العمل	
27-2 الامتثال للقوانين واللوائح	أخلاقيات العمل	
29-2 النهج المتبع في إشراك أصحاب المصلحة	مشاركة أصحاب المصلحة	

معايير المبادرة العالمية للتقارير	الإفصاح	الموقع
GRI 103: الطاقة لعام 2025	2-103 استهلاك الطاقة وإنتاجها داخل المنظمة	انبعاثات غازات الدفيئة واستهلاك الطاقة
GRI 203: التأثيرات الاقتصادية غير المباشرة لعام 2016	2-203 أبرز التأثيرات الاقتصادية غير المباشرة	سلاسل الإمداد المرنة
GRI 204: ممارسات الشراء لعام 2016	1-204 نسبة الإنفاق على المشتريات من الموردين المحليين	سلاسل الإمداد المرنة
GRI 303: المياه والنفائات السائلة	5-303 استهلاك المياه	إدارة المياه
GRI 306: النفائات لعام 2020	2-306 إدارة أبرز التأثيرات المرتبطة بالمخلفات	إدارة المخلفات
	2-306 إدارة أبرز التأثيرات المرتبطة بالمخلفات	إدارة المخلفات
	4-306 المخلفات المُعاد توجيهها بعيداً عن المطامر	إدارة المخلفات
GRI 401: التوظيف لعام 2016	2-401 المزايا المقدّمة للموظفين بدوام كامل والتي لا يستفيد منها الموظفون المؤقتون أو الموظفون بدوام جزئي	موظفونا
GRI 403: الصحة والسلامة المهنية لعام 2018	1-403 نظام إدارة الصحة والسلامة المهنية	الصحة والسلامة
GRI 404: التدريب والتعليم لعام 2016	2-404 برامج تطوير مهارات الموظفين وبرامج دعم الانتقال الوظيفي	موظفونا
GRI 405: التنوع وتكافؤ الفرص لعام 2016	1-405 تنوع هيئات الحوكمة والموظفين	موظفونا
GRI 413: المجتمعات المحلية لعام 2016	1-413 الأنشطة التي يشارك فيها المجتمع المحلي، وتقييم التأثيرات، وبرامج التنمية	التأثير المجتمعي
GRI 418: خصوصية العميل لعام 2016	1-418 الشكاوى المؤكدة المتعلقة بانتهاك خصوصية العملاء وفقدان بياناتهم انتهاك أو فقدان لبيانات العملاء	لم تسجل الشركة في عام 2025 أي انتهاك أو فقدان لبيانات العملاء

محاوَر الإفصاح عن الممارسات البيئية والاجتماعية وحوكمة الشركات (ESG) لدى السوق المالية السعودية (تداول)

المجال	المسائل الرئيسية	الموضوعات	محاوَر الممارسات البيئية والاجتماعية والحوكمة
إدارة المياه	الإجهاد المائي	الموارد الطبيعية	البيئة
<ul style="list-style-type: none"> التوريد والتغليف المستدام سلاسل الإمداد المرنة 	توريد المواد الخام		
<ul style="list-style-type: none"> التوريد والتغليف المستدام إدارة المخلفات 	مواد التغليف والمخلفات	التلوث والمخلفات	المجتمع
موظفونا	إدارة القوى العاملة	رأس المال البشري	
الصحة والسلامة	الصحة والسلامة		
موظفونا	تنمية مهارات رأس المال البشري		المسؤولية عن المنتجات
تطوير المنتجات	سلامة المنتجات وجودتها		
التحول الرقمي	الخصوصية وأمن البيانات		حوكمة الشركة
مجلس الإدارة	المجلس		
القوائم المالية	الشفافية الضريبية		
المكافآت	الأجور		
معلومات أصحاب المصلحة	الملكية والرقابة		
القوائم المالية	المحاسبة		
أخلاقيات العمل	أخلاقيات العمل	سلوكيات الشركة	