خسائر مجموعة إم بي سي تتجاوز 509 ملايين في 9 أشهر



تكشف النتائج المالية لمجموعة إم بي سي عن تراجع حاد في أدائها خلال الأشهر التسعة الأولى من عام 2026، بعدما انتقلت من تحقيق أرباح تجاوزت 402 مليون ريال سعودي في الفترة نفسها من العام الماضي إلى تسجيل خسائر صافية تجاوزت 509 ملايين ريال. وتزامن ذلك مع تراجع الإيرادات وتصاعد دعوات المقاطعة التي أطلقها ناشطون على خلفية مواقف إعلامية اعتبروها منحازة لإسرائيل.

لكن هل تعكس هذه الأرقام بالفعل تأثير حملات المقاطعة على المجموعة؟ أم أن وراء التحول المالي عوامل استثمارية وتشغيلية أخرى لا تقل أهمية؟ تكشف تفاصيل النتائج المنشورة في سوق الأسهم السعودية صورة أكثر تعقيداً من مجرد ربط الخسائر بغضب الجمهور.

خسائر كبيرة.. لكن ما أسباب التراجع؟

بحسب البيانات المالية المنشورة في السوق المالية السعودية، سجلت المجموعة صافي خسارة بلغ 509.79 مليون ريال خلال الأشهر التسعة الأولى من عام 2026، مقابل صافي ربح قدره 402.56 مليون ريال في الفترة المقابلة من عام 2025. وبذلك بلغ التحول بين الفترتين نحو 912.35 مليون ريال.

ولم يقتصر التراجع على الأرباح؛ إذ انخفضت الإيرادات من نحو 3.84 مليار ريال إلى 2.96 مليار ريال، بتراجع قدره 877 مليون ريال، أو 22.8%. كما تراجع الربح التشغيلي بنحو 60.8%، من 341.06 مليون ريال إلى 133.86 مليون ريال.

وكان الربع الثالث من العام أكثر صعوبة، إذ أعلنت البيانات المالية عن خسارة صافية بلغت 445.26 مليون ريال، مقارنة بأرباح قدرها 19.74 مليون ريال في الربع الثالث من 2025. كما تراجعت إيرادات الربع إلى 679.83 مليون ريال، بانخفاض 16.1% على أساس سنوي.

استثمارات وإعلانات وعقود.. ماذا تقول الشركة؟

تعزو المجموعة جانباً من تراجع إيراداتها إلى ضعف الطلب الإعلاني في ظل التوترات الجيوسياسية، إلى جانب انتهاء بعض عقود البث والخدمات التقنية. وتوضح نتائجها أن إيرادات قطاع البث والأنشطة التجارية الأخرى انخفضت بنحو 765 مليون ريال، فيما تراجعت إيرادات قطاع مبادرات الإعلام والترفيه بنحو 273 مليون ريال، نتيجة اختلاف توقيت تسليم المشاريع مقارنة بالعام السابق. وفي المقابل، ارتفعت إيرادات منصة «إم بي سي شاهد» بنحو 161 مليون ريال، مدفوعة بزيادة إيرادات الاشتراكات، وهو ما ساهم في الحد من تراجع الإيرادات الإجمالية.

لكن تفسير الخسائر لا يتوقف عند الإعلانات والعقود. ففي بيانها المالي، أشارت المجموعة إلى أن الخسائر تأثرت أيضاً بتراجع القيمة العادلة لاستثماراتها، ولا سيما استثمارها في الشركة العربية لخدمات الإنترنت والاتصالات «إس تي سي حلول»؟ وتحديداً استثمارها في الشركة العربية لخدمات المقاولات، إذ قالت في عرض نتائجها إن خسائر إعادة تقييم هذا الاستثمار بلغت 575.5 مليون ريال خلال الأشهر التسعة، إلى جانب تحركات مرتبطة باستثمارات أخرى.

وتقدم المجموعة مؤشراً آخر تسميه «صافي الربح المعدّل»، بعد استبعاد مكاسب وخسائر القيمة العادلة لاستثماراتها في شركات من بينها الشركة العربية لخدمات المقاولات وأنغامي وويجو وتاب مَد. ووفق هذا المقياس، بلغ صافي الربح المعدّل 95.7 مليون ريال، مقابل 345.8 مليون ريال في الفترة المقابلة من

العام السابق. وهذا يعني أن المجموعة تأثرت بخسائر استثمارية كبيرة، لكنها سجلت أيضاً تراجعاً في أدائها التشغيلي مقارنة بالعام الماضي.

هل دفعت حملات المقاطعة ثمنها من إيرادات إم بي سي؟

بالتوازي مع هذه النتائج، تتواصل دعوات المقاطعة التي أطلقها ناشطون عبر منصات التواصل الاجتماعي، احتجاجاً على مواقف إعلامية لقنوات تابعة للمجموعة اعتبروها منحازة لإسرائيل أو مسيئة للقضية الفلسطينية.

وتجاوزت بعض الدعوات مطالبة الجمهور بوقف مشاهدة القنوات، إلى حث الشركات والمعلنين على سحب إعلاناتهم منها، والتحذير من أن الظهور على شاشاتها قد يعرّض العلامات التجارية بدورها لانتقادات وحملات مقاطعة.

ويطرح هذا التحرك سؤالاً مهماً بشأن قدرة الجمهور على التأثير في المؤسسات الإعلامية عبر قرارات المشاهدة والاستهلاك والضغط على المعلنين. فالإعلانات تمثل أحد مصادر الإيرادات الأساسية لقطاع البث التلفزيوني، وأي تراجع في إنفاق الشركات الإعلاني ينعكس على أداء هذا النشاط.

لكن، رغم تزامن حملات المقاطعة مع تراجع إيرادات المجموعة، لا تكفي البيانات المنشورة وحدها لإثبات أن المقاطعة كانت سبباً مباشراً أو رئيسياً في الخسائر. فالشركة نسبت تراجع الطلب الإعلاني إلى التوترات الجيوسياسية والظروف الإقليمية، كما أشارت إلى انتهاء عقود وتغير مواعيد تسليم مشاريع، ولم تعلن عن حجم خسائر محدد ناجم عن حملات المقاطعة.

هل تكشف الأرقام أزمة ثقة أم أزمة أعمال؟

تضع نتائج إم بي سي المجموعة أمام تحديات مالية واضحة، لكنها تكشف في الوقت نفسه عن ضرورة التمييز بين الخسائر المحاسبية الناتجة عن إعادة تقييم الاستثمارات، والتراجع في الإيرادات والأداء التشغيلي. كما أن نمو إيرادات «شاهد» يشير إلى أن أداء قطاعات المجموعة لم يكن متشابهاً خلال الفترة نفسها.

أما حملات المقاطعة، فتظل عاملاً يستحق المتابعة، خصوصاً إذا تحولت من دعوات على منصات التواصل إلى تغير ملموس في قرارات المعلنين والإنفاق الإعلاني. وحتى الآن، لا توجد في الأرقام المنشورة بيانات تفصل أثر هذه الحملات عن بقية العوامل التي أوردتها الشركة.

وبين خسائر تجاوزت نصف مليار ريال، وتراجع في الإيرادات بنحو 22.8%، يبقى السؤال المطروح: هل ستدفع المجموعة إلى مراجعة سياستها الإعلامية والتجارية استجابة لغضب شريحة من جمهورها، أم أن الضغوط المالية ستظل مرتبطة أساساً بتقلبات السوق والاستثمارات والعقود؟ ففي قطاع يعتمد على الجمهور والمعلنين معاً، لا تقتصر قيمة الثقة على السمعة؛ بل يمكن أن تنعكس أيضاً على قرارات المشاهدة والإنفاق والإعلان.