

الشركة المصرية للمنتجات السياحية
تقرير مجلس الإدارة عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٦/٩/٣٠

السادة المساهمين المحترمين،

يشرفني أن أعرض علي سيادتكم تقرير مجلس إدارة الشركة المصرية للمنتجات السياحية عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٦/٩/٣٠.

تعتبر الشركة المصرية للمنتجات السياحية أحد أكبر المطورين الرئيسيين والعقاريين في مصر وقد تأثرت الشركة بالظروف الاقتصادية والسياسية التي تعرضت لها البلاد في السنوات الأخيرة وذلك كسائر المطورين العقاريين الذين يتبعون نموذج العمل القائم على تقسيم وبيع الأراضي للمستثمرين.

نتائج أعمال الشركة المصرية للمنتجات السياحية:

حققت الشركة إجمالي إيرادات بالقوائم المالية المستقلة قدرها ٥٨,٦ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ٣١٥,٢ مليون جنيه مصري عن التسعة أشهر الأولى من عام ٢٠١٥، في حين بلغ صافي الربح بالقوائم المالية المستقلة ٦,٥ مليون جنيه مصري مقارنة بصافي ربح قدره ١٦٣,٧ مليون جنيه مصري عن التسعة أشهر الأولى من عام ٢٠١٥.

كما حققت الشركة إجمالي إيرادات بالقوائم المالية المجمعة قدرها ٦٥,٨ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ٣١٦,٢ مليون جنيه مصري عن التسعة أشهر الأولى من عام ٢٠١٥، في حين بلغت صافي الخسارة بالقوائم المالية المجمعة ٢٩,٦ مليون جنيه مصري مقارنة بصافي ربح قدره ١٦٥,٥ مليون جنيه مصري في التسعة أشهر الأولى من عام ٢٠١٥، هذا وتبلغ حصة الشركة المصرية للمنتجات السياحية في الربح/الخسارة بعد استبعاد حقوق الأقلية عن الفترتين: صافي خسارة ٢١,٩ مليون جنيه مصري عن التسعة أشهر الأولى من عام ٢٠١٦ وصافي ربح ١٦٥ مليون جنيه مصري عن التسعة أشهر الأولى من عام ٢٠١٥.

هذا وقد بلغت إيرادات النشاط بالقوائم المالية المجمعة خلال التسعة أشهر الأولى من عام ٢٠١٦ مبلغ ٢٨,٧ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ٢٩٧,٤ مليون جنيه مصري خلال التسعة أشهر الأولى من عام ٢٠١٥، في حين بلغت إيرادات بيع الخدمات المؤداة ٣٦,٩ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ٣٦,٢ مليون جنيه مصري خلال التسعة أشهر الأولى من عام ٢٠١٥.

وتظهر قواعد البيانات المالية للقوائم المالية المستقلة انخفاضاً في قيمة التحصيلات النقدية من بيع الأراضي والوحدات السكنية لتبلغ نحو ٤١,٤ مليون جنيه في التسعة أشهر الأولى من عام ٢٠١٦، مقارنة بـ ١٥٨,٤ مليون جنيه في التسعة أشهر الأولى من عام ٢٠١٥ ويرجع ذلك بشكل رئيسي إلى انخفاض التحصيلات النقدية من المطورين ومتعادي الوحدات، كما حدث تباطؤ في المتحصلات النقدية من بيع الخدمات وأتعاب إدارة المنتجع التي انخفضت في التسعة أشهر الأولى من عام ٢٠١٦ لتصل إلى ١٦,٣ مليون جنيه مقارنة بـ ٢٩,٦ مليون جنيه في التسعة أشهر الأولى من عام ٢٠١٥.

أنشطة الشركة في التسعة أشهر الأولى من عام ٢٠١٦

في إطار جهود الشركة المتواصلة لتسويق منتج سهل حشيش كوجهة متميزة سواء للاستثمار أو للسكن أو للسياحة قامت الشركة بالفعاليات التالية:

- قامت الشركة باستضافة ورعاية أول بطولة لصيد الأسماك تقام في المنتجع، وقد تنافس فيها ١٥ فريقاً على مدار يومين.

- قامت الشركة بالاشتراك في بورصة برلين للسياسة (ITB) للمرة الرابعة على التوالي لتعزيز وضع منتج سهل حشيش كأحد المقاصد السياحية الواعدة والتميزة.
- اشتركت الشركة في المؤتمر الدولي السنوي للاستثمار في قطاع الفنادق IHIF (International Hotel Investment Conference) والذي انعقد في برلين وذلك للترويج للمنتج وللفرص الاستثمارية المتاحة.
- اشتركت الشركة في معرض دوسلدورف للقوارب (Düsseldorf Boat Show) وهو أحد أكبر معارض القوارب واليخوت في العالم للترويج للسياسة في منطقة البحر الأحمر مع التركيز على الرياضات المائية والسياحة الصديقة للبيئة.
- بعد النجاح الكبير للبطولة الأولى للفروسية والتي استضافها المنتج في نهاية عام ٢٠١٥، تم تنظيم البطولة الثانية للفروسية وقفز الحواجز في شهر أبريل الماضي، وقد كانت بطولة دولية بلغ عدد الخيول فيها ٢٦٥ جوادًا، وبمشاركة نحو ٢٠٣ فارس مصري و٢٧ فارس من أكثر من ٢٠ دولة تنافسوا لمدة خمسة أيام متتالية في مختلف سباقات قفز الحواجز وبحضور ما يزيد عن ٢٠٠٠ ضيف ومتابع، ونظرا لتمييز الحدث من ناحية المستوى والتنظيم فقد تمت تغطيته عن طريق الكثير من وسائل الإعلام المحلية والدولية ومنها على سبيل المثال قنوات: المحور، النيل للرياضة، الأولى الفضائية المصرية، سكاى نيوز، CBC، وأيضا العديد من الصحف المصرية ومنها: جريدة الاهرام، جريدة الاخبار، جريدة الشروق، وأيضا بعض المواقع الالكترونية.
- انطلقت الحملة الاعلانية المتكاملة الجديدة للشركة في شهر أبريل وذلك في برامج التلفزيون وعلى لوحات الاعلانات في الطرق الرئيسية وأيضا على شبكات التواصل الاجتماعي. والشعار الأساسي للحملة هو "التغيير" وهي قائمة على رغبة كل شخص في تغيير حياته للأفضل، وتهدف لبيان المميزات التي ينفرد بها سهل حشيش كمنتج سياحي متكامل وكيف أن إقامة الشخص هناك تساعده على تحقيق تطلعاته المختلفة في تغيير حياته إلى الأفضل.
- استضاف منتج سهل حشيش المسابقة النهائية لملكة جمال الكون البيئية (Miss Eco Universe Final) التي شملت العديد من المسابقات مثل عرض الأزياء مع المواد المعاد تدويرها، والمسابقات البدنية والأنشطة المختلفة لتسليط الضوء على الوعي البيئي.
- اشتركت الشركة في المؤتمر العربي السنوي للاستثمار الفندقي (Arabian Hotel Investment Conference) والذي انعقد في دبي وذلك كراع للمؤتمر، وأثناء المؤتمر قامت الشركة بالترويج للمنتج وللفرص الاستثمارية المتاحة.
- نظمت الشركة في عطلة عيد الفصح - لأول مرة - مخيماً للأطفال في منتج سهل حشيش بالتعاون مع (Muricata)، وقد كانت الدعوة للاشتراك في المخيم متاحة لكافة الأطفال المقيمين والزائرين للمنتج حيث اشترك الأطفال في العديد من الأنشطة التي تم تنظيمها في الهواء الطلق لاسابهم مهارات المغامرة بما في ذلك الاشتراك في ماراثون طوله ٢ كم.
- استضاف منتج سهل حشيش حفل (For a Change (BlurrFest)) بمناسبة عيد الفصح نظمه (Blurr Entertainment) وشارك فيه مجموعة من أفضل الموسيقيين (DJ's).
- استضاف منتج سهل حشيش معسكر التدريب السنوي لفريق (Cairo's Trifactory) استعدادا لمشاركتهم في سباق الثلاثي (Ironman Triathlon).
- انطلقت النسخة العربية من برنامج (Ninja Warrior) والتي سيتم تصويرها في منتج سهل حشيش، وقد استضاف المنتج -ولمدة يومين- حفل انطلاق البرنامج والذي تضمن مؤتمرا صحفيا ومحاكاة حية للأنشطة وأيضا حفل عشاء ضم الكثير من المشاهير وصفوة المجتمع أحيته الفنانة نانسي عجرم.
- تنظيم سلسلة من الحفلات والأنشطة وبخاصة في عطلات نهاية الأسبوع والأعياد مثل (Boardwalk Eid) وقد ساهمت تلك الحفلات والأنشطة في اجتذاب عدد كبير من الزائرين من الغردقة، الجونة وكذلك القاهرة.

المسئولية الاجتماعية

- في شهر أبريل: قامت الشركة المصرية باستضافة عددا من الأطفال الأيتام في يوم اليتيم حيث قام الأطفال بعمل جولة داخل منتج سهل حشيش ومارسوا عددا من الأنشطة داخل المنتج وعلى شواطئه.

- قامت الشركة داخليا بمبادرة لجمع الملابس المستخدمة والتبرع بها الي المؤسسات الخيرية بالغرقة وذلك بمناسبة عيد الأضحى المبارك.

الموقف القانوني

- أبرمت الشركة المصرية للمنتجات السياحية وشركة بيراميزا اتفاق تسوية شاملة لإنهاء كافة الدعاوي القائمة بينهما. وتشمل التسوية إنهاء الدعوى المقامة من شركة بيراميزا ببطان عقد أرض سهل حشيش والمؤجلة جلستها إلى ٢٠١٧/١/٣ لاستخراج المستندات من الهيئة العامة للتنمية السياحية، كما تشمل التسوية أيضاً ترك شركة بيراميزا لتدخلها في دعوى الشركة المصرية بإلغاء قرار الهيئة بشأن سحب الموافقة المبدئية الصادرة للشركة لتخصيص أرض المرحلة الثالثة من مركز سهل حشيش السياحي.

الرؤية المستقبلية

سوف تكثف الشركة جهودها التسويقية خلال الفترة القادمة من خلال حملات إعلانية وأنشطة متواصلة في سهل حشيش بهدف الاستحواذ على نصيب أكبر في السوق وزيادة المنتج لنشاطه، ومواصلة العمل على خلق مجتمع من المصريين يترددون بشكل دوري على المنتج مما يساعد في زيادة الحركة داخله وجعله أكثر جاذبية للاستثمارات، وقد انطلقت حملة إعلانية جديدة للشركة في شهر أبريل في برامج التلفزيون وعلى لوحات الإعلانات في الطرق الرئيسية وأيضاً على شبكات التواصل الاجتماعي وهي تهدف لبيان المميزات التي ينفرد بها سهل حشيش كمنتج سياحي متكامل وكيف أن إقامة الشخص هناك تساعده على تحقيق تطلعاته المختلفة في تغيير حياته إلى الأفضل.

ستواصل الشركة التركيز علي الانتهاء من موافقات مشروع "صواري" من الهيئة العامة للتنمية السياحية ووزارة البيئة وبعدها وضع الخطة للبدء في الأعمال الإنشائية للمشروع حيث من المتوقع أن يكون ذلك المشروع مصدراً رئيسياً للإيرادات خلال السنوات القادمة.

ستواصل شركة سهل حشيش للاستثمار السياحي (شركة تابعة) مجهوداتها لتسويق مشروع "طوايا" والذي يشمل طرح ١٤٧ وحدة اسكان سياحي فاخر بمشروع المدينة القديمة داخل منتجع سهل حشيش، وهذا المشروع المقام كان في الأساس مشيداً كمشروع تجاري فقط ليصبح وفقاً للمخطط الجديد مشروعاً يجمع بين المكون السكني والتجاري. ويمثل هذا المشروع استمراراً لاستراتيجية الشركة في تنوع مصادر الإيرادات وكذلك استراتيجيتها في العمل على خلق مجتمع من الساكنين المصريين، وقد بلغت إجمالي قيمة الحجوزات حتى الآن نحو ٧١,٥ مليون جنيه مصري.

سوف تواصل إدارة الشركة المصرية للمنتجات السياحية تنفيذ إجراءات جادة وفعالة لإدارة التدفقات النقدية وزيادة الإيرادات وتقليل المصروفات غير الضرورية وأيضاً الاستمرار في رفع كفاءة التحصيل وذلك في سبيل تعظيم السيولة وزيادة الأرصدة النقدية، وينصب التركيز حالياً على الاستثمار في البنية الأساسية اللازمة لانطلاق المشروعات المستقبلية للشركة، كما تبحث الشركة دائماً في كيفية تطوير نموذج العمل سواء فيما يتعلق بمشروع سهل حشيش أو بالنسبة للشركة بشكل عام، وذلك بما يعكس إيجاباً على أرباح الشركة وتعظيم قيمة حقوق المساهمين.


وائل الحتو
العضو المنتدب
الشركة المصرية للمنتجات السياحية

