

الشركة المصرية للمنتجات السياحية  
 تقرير إدارة الشركة عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٧/٣/٣١

السادة المساهمين المحترمين،

يشرفني أن أعرض على سيادتكم تقرير إدارة الشركة المصرية للمنتجات السياحية عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٧/٣/٣١.

نتائج أعمال الشركة المصرية للمنتجات السياحية:

حققت الشركة إجمالي إيرادات بالقوائم المالية المستقلة قدرها ١١٩,٨ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ١٠,٤ مليون جنيه مصري عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٦/٣/٣١، في حين بلغ صافي الربح بالقوائم المالية المستقلة ٤١,٣ مليون جنيه مصري مقارنة بصافي ربح قدره ٢٩,٣ مليون جنيه مصري عن فترة الثلاثة أشهر المنتهية في ٢٠١٦/٣/٣١.

كما حققت الشركة إجمالي إيرادات بالقوائم المالية المجمعة قدرها ١٢١,٣ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ١٠,٣ مليون جنيه مصري عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٦/٣/٣١، هذا وقد بلغت إيرادات النشاط بالقوائم المالية المجمعة خلال الفترة مبلغ ١٠٩,٤ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ٠,٦ مليون جنيه مصري خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦، في حين بلغت إيرادات بيع الخدمات المؤداة ١٢,٧ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ٩,٧ مليون جنيه مصري خلال الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٦/٣/٣١.

وقد بلغ صافي الربح بالقوائم المالية المجمعة ٦٦,١ مليون جنيه مصري مقارنة بصافي خسارة قدرها ١,٤ مليون جنيه مصري في الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٦/٣/٣١، هذا وتبلغ حصة الشركة المصرية للمنتجات السياحية في الربح/الخسارة بعد استبعاد حقوق الأقلية عن الفترتين: صافي ربح ٦٠,٧ مليون جنيه مصري عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٧/٣/٣١ وصافي ربح ٥,٢ مليون جنيه مصري عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٦/٣/٣١.

كما بلغت حجوزات وتعاقبات الأراضي خلال الربع الأول نحو ١٦٨ مليون جنيه مصري، في حين بلغت حجوزات وتعاقبات الوحدات الخاصة بالمشروعات العقارية للشركة خلال الربع الأول نحو ٥٨ مليون جنيه مصري.

وتظهر قواعد البيانات المالية للقوائم المالية المستقلة التحصيلات النقدية التالية:

الربع الأول - ٢٠١٦ (مليون جنيه مصري)	الربع الأول - ٢٠١٧ (مليون جنيه مصري)	المتحصلات النقدية
٨,١	٤١,٤	بيع الأراضي والوحدات السكنية
٤,٨	٦,١	بيع الخدمات وأتعاب إدارة المدينة
١٢,٩	٤٧,٦	إجمالي المتحصلات النقدية

ويرجع سبب ارتفاع التحصيلات النقدية إلى تعاقبات الأراضي الجديدة والتحصيلات التي تمت من التعاقبات السابقة، كما أدى ارتفاع معدلات الإشغال إلى التأثير على التدفقات النقدية التي تم تحصيلها خلال الفترة من بيع الخدمات وأتعاب إدارة المدينة.

### انجازات الشركة خلال الربع الأول:

- واصلت الشركة سياستها الناجحة في اختيار التوقيت الملائم لعمليات بيع الأراضي بما يعود بالنفع على الشركة وشركائها في النجاح من المطورين الحاليين بالمدينة وأيضا بما يحقق مصلحة المستثمر الجديد، حيث تمكنت الشركة من بيع أراض بقيمة نحو ١٠٢ مليون جنيه مصري وذلك على الرغم من كل الظروف المعاكسة في السوق.
- استمرت الشركة (عن طريق شركتها التابعة) في مجهوداتها لتسويق وبيع شقق مشروع طوايا ذات التشطيب المتميز في ظل تحالفها الاستراتيجي مع شركة "بالم هيلز"، واستمرارا لخطة التعاون الناجحة بين الشركتين فقد تم الاتفاق مؤخرا على تمديد العقد لسنة أشهر أخرى، وقد أسفرت تلك الجهود التسويقية عن زيادة واضحة في معدلات التعاقدات والحجوزات لتصل إلى ما يزيد عن نصف وحدات المشروع.
- وقد قامت الشركة (عن طريق شركتها التابعة) بمجهودات ترويجية للترويج للمنطقة التجارية بالمدينة القديمة، وقد تكلفت تلك المجهودات بتوقيع عدد من عقود الإيجار الجديدة لعدة محال تعمل في مجالات متنوعة لضمان تقديم وتوفير عدد أكبر من السلع والخدمات للسادة قاطني المدينة والمترددن عليها مما يساعد على جعل "المدينة القديمة" مركزا حيويًا داخل سهل حشيش.
- قامت الشركة مؤخرا بتطوير استراتيجيتها التسويقية لدمج منصة الشركة على الانترنت جنباً إلى جنب مع سائر الأنشطة التسويقية والبيعية الأخرى مثل اللوحات الإعلانية الخارجية وتنظيم الفعاليات التسويقية والبيعية. وقد قامت الشركة بهذا نظرا لتعاظم تأثير المنصات الإلكترونية / الرقمية في الآونة الأخيرة ولأن دورها أصبح حاسما ولا يمكن إنكاره في الوصول إلى أقصى قدر من الفعالية في تنفيذ الأنشطة التسويقية اللازمة لنمو حجم الأعمال. وقد تم تطبيق تلك الاستراتيجية في "عيد الفصح"، حيث قامت الشركة باستخدام منصات التواصل الاجتماعي للإعلان عن الفعاليات القادمة وذلك لجذب عدد أكبر من الحضور، كما اعتمدت الشركة على تلك المنصات في بث التغطية الحية للفعاليات وذلك جنباً إلى جنب مع توزيع المنشورات الدعائية في الفنادق. ومن أمثلة التكامل بين مكونات الاستراتيجية التسويقية أيضا مشروع "طوايا" حيث نفذت الشركة حملة عن طريق اللوحات الإعلانية الخارجية على طول طريق العين السخنة -الغردقة مع تعزيزها على منصاتها الرقمية لجذب المزيد من العملاء المحتملين. وقامت الشركة بوضع خطة أسبوعية وشهرية للإعلان على شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك وإينستاجرام) عن الفعاليات والأحداث الجديدة وزيادة أعداد زائري المدينة.

### المسئولية الاجتماعية:

خلال الربع الأول من عام ٢٠١٧، قامت الشركة بالاشتراك مع مؤسسة إنجاز مصر في رسالتها الهادفة الي تحسين مستوى التعليم في مصر والارتقاء بمستوي طلاب المدارس من أجل تحسين مهارتهم قبل الالتحاق بسوق العمل عند التخرج حيث قامت الشركة بإتاحة الفرصة لمن يرغب من موظفيها بالتطوع لتدريس المادة العلمية للطلاب داخل المدارس خلال فترة العمل المدفوعة الأجر وقد استطاع السادة المتطوعون من موظفي الشركة تدريس البرنامج إلى أكثر من ١٠٠ طالب في مدينتي القاهرة والغردقة.

### 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 ببطلان عقد أرض سهل حشيش والتي قررت المحكمة عدم قبول الدعوى لرفعها من غير ذي صفة (وذلك بجلسة ٢٣/٥/٢٠١٧)، كما تشمل التسوية أيضاً ترك شركة بيراميزا لتدخلها في دعوى الشركة المصرية بالغاء قرار الهيئة بشأن سحب الموافقة المبدئية الصادرة للشركة لتخصيص أرض المرحلة الثالثة من مركز سهل حشيش السياحي.

### الرؤية المستقبلية

- سوف تعمل الشركة على تطوير نموذج العمل وذلك كما يلي:
- (١) أن تقوم الشركة بإطلاق مشاريعها العقارية الخاصة بها وبالاعتماد على قدراتها التمويلية الذاتية.
  - (٢) أن تواصل الشركة نشاطها ك "مطور رئيسي" يعتمد بشكل أساسي على بيع "أراض" للمطورين العقاريين ليشمل -بالإضافة إلى ذلك- طرح مزيج متنوع من المنتجات العقارية السكنية والسياحية والتجارية للمشتري النهائي.
  - (٣) أن تتجه الشركة للاستثمار في أصول عقارية منتجة تدر عوائد دورية.
- سوف تكثف الشركة جهودها التسويقية خلال الفترة القادمة من خلال حملات إعلانية وأنشطة متواصلة في سهل حشيش بهدف الاستحواذ على نصيب أكبر من السوق وزيادة المدينة لنشاطها، ومواصلة العمل على خلق مجتمع من المصريين يترددون بشكل دوري على المدينة مما يساعد في زيادة الحركة داخلها وجعلها أكثر جاذبية للاستثمارات، وتهدف الحملات الإعلانية للشركة إلى بيان المميزات التي تتوفر بها سهل حشيش كمدينة متكاملة.
- ستواصل شركة سهل حشيش للاستثمار السياحي (شركة تابعة) مجهوداتها في ظل تحالفها الاستراتيجي مع شركة "بالم هيلز" لتسويق مشروع "طوايا" والذي يشمل طرح ١٥٢ وحدة اسكان سياحي فاخر بمشروع المدينة القديمة داخل مدينة سهل حشيش، وهذا المشروع المقام كان في الأساس مشيداً كمشروع تجاري فقط ليصبح وفقاً للمخطط الجديد مشروعاً يجمع بين المكون السكني والتجاري. ويمثل هذه التحالف إنجازاً حيث تحظى شركة "بالم هيلز" بقاعدة عملاء متميزة وسجل إنجازات مشرف في مجال التطوير العقاري. كما تعمل الشركة -أيضاً- على إحياء المنطقة التجارية في المدينة القديمة من خلال جذب العديد من الأنشطة المتنوعة والمتكاملة، ويمثل هذا المشروع -جزأه السكني والتجاري- استمراراً لاستراتيجية الشركة في تنوع مصادر الإيرادات وكذلك استراتيجيتها في العمل على خلق مجتمع من الساكنين المصريين.
- ستواصل الشركة التركيز على 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.
- 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، كما تعمل الشركة 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 ينعكس إيجابياً على أرباح الشركة وتعظيم قيمة حقوق المساهمين.



وائل الحتو

العضو المنتدب

الشركة المصرية للمنتجات السياحية

