

الشركة المصرية للمنتجات السياحية
تقرير مجلس الإدارة عن السنة المالية المنتهية في ٢٠١٦/١٢/٣١

السادة المساهمين المحترمين،

يشرفني أن أعرض علي سيادتكم تقرير مجلس إدارة الشركة المصرية للمنتجات السياحية عن السنة المالية المنتهية في ٢٠١٦/١٢/٣١.

نتائج أعمال الشركة المصرية للمنتجات السياحية:

حققت الشركة إجمالي إيرادات بالقوائم المالية المستقلة قدرها ١٩٩,٩ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ٣٩٩,٢ مليون جنيه مصري عن السنة المالية المنتهية في ٢٠١٥/١٢/٣١، في حين بلغ صافي الربح بالقوائم المالية المستقلة ٣٢٦,٩ مليون جنيه مصري مقارنة بصافي ربح قدره ٢١٩,٨ مليون جنيه مصري عن السنة المالية المنتهية في ٢٠١٥/١٢/٣١.

كما حققت الشركة إجمالي إيرادات بالقوائم المالية المجمعة قدرها ٢٠٨ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ٤٠٠,٤ مليون جنيه مصري عن السنة المالية المنتهية في ٢٠١٥/١٢/٣١، هذا وقد بلغت إيرادات النشاط بالقوائم المالية المجمعة خلال عام ٢٠١٦ مبلغ ١٦٨,٩ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ٣٧٢,٧ مليون جنيه مصري خلال عام ٢٠١٥، في حين بلغت إيرادات بيع الخدمات المؤداة ٤٨,٨ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ٤٦,٥ مليون جنيه مصري خلال عام ٢٠١٥.

وقد بلغ صافي الربح بالقوائم المالية المجمعة ١٠,٢ مليون جنيه مصري مقارنة بصافي ربح قدره ٢١٧,٥ مليون جنيه مصري في السنة المالية المنتهية في ٢٠١٥/١٢/٣١، هذا وتبلغ حصة الشركة المصرية للمنتجات السياحية في الربح بعد استبعاد حقوق الأقلية عن الفترتين: صافي ربح ٧٨,٤ مليون جنيه مصري عن السنة المالية المنتهية في ٢٠١٦/١٢/٣١ وصافي ربح ٢١٧,٩ مليون جنيه مصري عن السنة المالية المنتهية في ٢٠١٥/١٢/٣١.

وتظهر قواعد البيانات المالية للقوائم المالية المستقلة التحصيلات النقدية التالية:

٢٠١٥ (مليون جنيه مصري)	٢٠١٦ (مليون جنيه مصري)	المتحصلات النقدية
١٦٤,٩	٨٤,٠	بيع الأراضي والوحدات السكنية
٤٢,٢	٢٨,٦	بيع الخدمات وأتعاب إدارة المنتجع
٢٠٧,١	١١٢,٦	إجمالي المتحصلات النقدية

ويرجع سبب انخفاض التحصيلات النقدية إلى التباطؤ الذي حدث في قطاع السياحة بعد حادث الطائرة الروسية في أكتوبر من عام ٢٠١٥ مما مثل ضربة قاسية لقطاع السياحة وأدى إلى انخفاض حاد في عدد السياح وإيرادات السياحة، وقد نتج عن ذلك انخفاض شهية المستثمرين والمطورين كما أدى انخفاض معدلات الإشغال إلى التأثير على التدفقات النقدية التي كان من الممكن تحصيلها خلال العام من بيع الخدمات وأتعاب إدارة المنتجع.


AFT

انجازات الشركة خلال 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 بالاشتراك في بورصة برلين للسياحة (ITB) للمرة الرابعة على التوالي لتعزيز وضع منتج سهل حشيش كأحد المقاصد السياحية الواعدة والمتميزة.
- 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.
- قامت الشركة بالاشتراك في معرض سوق السفر العالمي (World Travel Market) في لندن .
- انطلقت الحملة الاعلانية المتكاملة الجديدة للشركة في شهر أبريل من عام ٢٠١٦، وذلك في برامج التلفزيون وعلى لوحات الإعلانات في الطرق الرئيسية وأيضاً 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 تساعد على تحقيق تطلعاته المختلفة في تغيير حياته إلى الأفضل.
- 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.

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 بالگردقة 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 ببطلان عقد أرض سهل حشيش والمحجوزة للحكم بجلسة ٢٠١٧/ ٥/٢٣، 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، وتهدف الحملات الإعلانية للشركة إلى بيان المميزات التي ينفرد بها سهل حشيش كمنتج سياحي وسكني متكامل.

 AFT

- ستواصل شركة سهل حشيش للاستثمار السياحي (شركة تابعة) مجهوداتها لتسويق مشروع "طوايا" والذي يشمل طرح ١٥٢ 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 حيث ستعمل الشركة -أيضاً- على إحياء المنطقة التجارية في المدينة القديمة من خلال جذب العديد من الأنشطة المتنوعة والمتكاملة، ويمثل هذا المشروع 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.



أحمد سعد الدين عبده أبو هندية
رئيس مجلس الإدارة
الشركة المصرية للمنتجات السياحية

