

الشركة المصرية للمنتجات السياحية  
تقرير مجلس الإدارة عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٦/٦/٣٠

السادة المساهمين المحترمين،

بشرفني أن أعرض علي سيادتكم تقرير مجلس إدارة الشركة المصرية للمنتجات السياحية عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٦/٦/٣٠.

على مدار السنوات الماضية تأثرت نتائج أعمال الشركة المصرية للمنتجات السياحية بالظروف الاقتصادية والسياسية التي صاحبت أحداث ما بعد الثورة حيث تكبدت السياحة المصرية خسائر فادحة من حيث الإيرادات وعدد السائحين، فقد بلغت إيرادات السياحة ٦,١ مليار دولار في عام ٢٠١٥ مقارنة بـ ٧,٥ مليار دولار في عام ٢٠١٤ و ١٢,٥ مليار دولار في عام ٢٠١٠ قبل الثورة، في حين بلغت أعداد السائحين ٩,٣ مليون سائح في عام ٢٠١٥ مقارنة بـ ٩,٩ مليون سائح في عام ٢٠١٤ و ١٤,٨ مليون سائح في عام ٢٠١٠.

وفي العامين الأخيرين شهد قطاع السياحة في مصر تحسنا ملحوظا في بدايات عام ٢٠١٤ إلى أن انهارت عملة روسيا الاتحادية بنحو ٥٠% مما أدى إلى ارتفاع حاد في تكلفة الرحلة بالنسبة للسائحين الروس والذين عادة ما يمثلون الشريحة الأكبر من السياحة الأوروبية إلى مصر، ثم شهدت أرقام السياحة بعض التحسن في منتصف عام ٢٠١٥ إلى أن وقع حادث الطائرة الروسية في أكتوبر من عام ٢٠١٥ مما مثل ضربة قاسية لقطاع السياحة وأدى إلى انخفاض حاد في عدد السياح نتيجة الحظر الذي فرضته العديد من الدول على سفر مواطنيها إلى مصر ومنها أكبر الدول المصدرة للسياحة - روسيا، المملكة المتحدة، وألمانيا.

أما فيما يتعلق بالنصف الأول من عام ٢٠١٦، فقد انخفضت أعداد السائحين الزائرين الي نحو ٢,٣ مليون سائح بانخفاض قدره ٥٢% عن النصف الأول من عام ٢٠١٥ وفقا للبيانات المعلنة من وزارة السياحة، كما بلغت إيرادات قطاع السياحة عن نفس الفترة نحو مليار دولار مقارنة بنحو ٣,٣ مليار دولار عن النصف الأول من ٢٠١٥.

نتائج أعمال الشركة المصرية للمنتجات السياحية:

حققت الشركة إجمالي إيرادات بالقوائم المالية المستقلة قدرها ١١,٨ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ٢٩٩,٣ مليون جنيه مصري عن النصف الأول من عام ٢٠١٥، في حين بلغت صافي الخسارة بالقوائم المالية المستقلة ٤,١ مليون جنيه مصري مقارنة بصافي ربح قدره ١٦٩,٩ مليون جنيه مصري في النصف الأول من عام ٢٠١٥.

كما حققت الشركة إجمالي إيرادات بالقوائم المالية المجمعة قدرها ١٦,٣ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ٢٩٩,٥ مليون جنيه مصري عن النصف الأول من عام ٢٠١٥، في حين بلغت صافي الخسارة بالقوائم المالية المجمعة ٣٦,٩ مليون جنيه مصري مقارنة بصافي ربح قدره ١٧٩,٢ مليون جنيه مصري في النصف الأول من عام ٢٠١٥، هذا وتبلغ حصة الشركة المصرية للمنتجات السياحية في الربح/الخسارة بعد استبعاد حقوق الأقلية عن الفترتين: صافي خسارة ٢٩,٨ مليون جنيه مصري عن النصف الأول من عام ٢٠١٦ وصافي ربح ١٧٧ مليون جنيه مصري عن النصف الأول من عام ٢٠١٥.

هذا وقد بلغت إيرادات النشاط بالقوائم المالية المجمعة خلال النصف الأول من عام ٢٠١٦ مبلغ ٥,٩ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ٢٩٥,٧ مليون جنيه مصري خلال النصف الأول من عام ٢٠١٥، في حين بلغت إيرادات بيع الخدمات المؤداة ٢٠,١ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ٢١,١ مليون جنيه مصري خلال النصف الأول من عام ٢٠١٥.

وتظهر قواعد البيانات المالية للقوائم المالية المستقلة انخفاضا في قيمة التحصيلات النقدية من بيع الأراضي والوحدات السكنية لتبلغ نحو ٢٧,٤ مليون جنيه في النصف الأول من عام ٢٠١٦، مقارنة بـ ١٠٧ مليون جنيه في النصف الأول

AM  
AFT  
S

من عام ٢٠١٥ ويرجع ذلك بشكل رئيسي إلى انخفاض التحصيلات النقدية من المطورين ومتعاقدى الوحدات، كما أن التباطؤ في النشاط السياحي قد انعكس على المتحصلات النقدية من بيع الخدمات وأتعاب إدارة المنتجع التي انخفضت في النصف الأول من عام ٢٠١٦ لتصل إلى ١٢,٥ مليون جنيه مقارنة بـ ٢٠,٤ مليون جنيه في النصف الأول من عام ٢٠١٥.

### أنشطة الشركة في النصف الأول من عام ٢٠١٦

في إطار جهود الشركة المتواصلة لتسويق منتج سهل حشيش كوجهة سياحية 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 للسياحة (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 للسياحة في منطقة البحر الأحمر مع التركيز على الرياضات المائية والسياحة الصديقة للبيئة.
- تنظيم سلسلة من الحفلات في عطلات نهاية الأسبوع والأعياد.
- بعد النجاح الكبير للبطولة الأولى للفروسية والتي استضافها المنتجع في نهاية عام ٢٠١٥، تم تنظيم البطولة الثانية للفروسية وقفز الحواجز في شهر أبريل الماضي، وقد كانت بطولة دولية بلغ عدد الخيول فيها ٢٦٥ جواداً، 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، ونظراً لتميز 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، سكاي نيوز، CBC، وأيضاً العديد من الصحف المصرية ومنها: جريدة الاهرام، جريدة الاخبار، جريدة الشروق، وأيضاً بعض المواقع الالكترونية.
- انطلقت الحملة الاعلانية المتكاملة الجديدة للشركة في شهر أبريل 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 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 - مخيمًا للأطفال في منتجع سهل حشيش بالتعاون مع (Muricata)، وقد كانت الدعوة للاشتراك في المخيم متاحة لكافة الأطفال المقيمين والزائرين للمنتجع حيث اشترك الأطفال في العديد من الأنشطة التي تم تنظيمها في الهواء الطلق لأكسابهم 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) استعداداً لمشاركتهم في سباق الثلاثي (Ironman Triathlon).

M

AFT

2

- انطلقت النسخة العربية من برنامج (Ninja Warrior) والتي سيتم تصويرها في منتجع سهل حشيش، وقد استضاف المنتجع -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.

### المسئولية الإجتماعية

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

### 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 والمؤجلة جلساتها إلى ٢٠١٦/٨/٣٠ 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

شهدت الشركة تغييرا على مستوى قمة الإدارة التنفيذية بحيث تم اختيار السيد/وائل الحتو عضوا منتدبا خلفا للسيد/ محمد كامل الذي تم تصعيده نائبا لرئيس مجلس الإدارة (غير تنفيذي).

سوف تواصل إدارة الشركة المصرية للمنتجات السياحية تنفيذ إجراءات جادة وفعالة لإدارة التدفقات النقدية وزيادة الإيرادات وتقليل المصروفات غير الضرورية وأيضا الاستمرار في رفع كفاءة التحصيل وذلك في سبيل تعظيم السيولة وزيادة الأرصدة النقدية بقدر ما يمكن، والتأكد من الاستمرار في العبور بالشركة إلى بر الأمان في ظل بعض التقلبات التي قد تواجه قطاع السياحة من وقت لآخر مع خفض درجة المخاطرة التي تتعرض لها الشركة، وينصب التركيز حالياً على الاستثمار في البنية الأساسية اللازمة في سبيل دعم مشروعاتنا والحفاظ على الأصول الحالية ومستوى المنتجع.

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 مصدرا رئيسيا للإيرادات خلال السنوات القادمة.

ستواصل شركة سهل حشيش للاستثمار السياحي (شركة تابعة) مجهوداتها في ظل تحالفها الاستراتيجي مع شركة بالم هيلز لتسويق مشروع "طوايا" والذي يشمل طرح ١٤٧ وحدة اسكان سياحي فاخر بمشروع المدينة القديمة داخل منتجع سهل حشيش، وهذا المشروع المقام كان في الأساس مشيذاً كمشروع تجاري فقط ليصبح وفقاً للمخطط الجديد مشروعاً يجمع بين المكون السكني والتجاري. ويمثل هذه التحالف انجازاً حيث تحظى شركة بالم هيلز بقاعدة عملاء متميزة وسجل انجازات مشرف في مجال التطوير العقاري بما يتلاءم مع المكانة الرائدة التي يحتلها منتجع سهل حشيش بين الوجهات السياحية الراقية في مصر عموماً ومنطقة البحر الأحمر خصوصاً. ويمثل هذا المشروع استمراراً لاستراتيجية الشركة في تنويع مصادر الإيرادات وكذلك استراتيجيتها في العمل على خلق مجتمع من الساكنين المصريين.

وسوف تكثف الشركة جهودها التسويقية خلال عام ٢٠١٦ من خلال حملة إعلانية وأنشطة متواصلة في سهل حشيش بهدف الاستحواذ على نصيب أكبر في السوق وزيادة المنتجع لنشاطه، ومواصلة العمل على خلق مجتمع من المصريين يترددون بشكل دوري على المنتجع مما يساعد في زيادة الحركة داخله وجعله أكثر جاذبية للاستثمارات، وقد انطلقت

الحملة الإعلانية الجديدة 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.

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

