

4.5 ЕФЕКТИВНОСТ НА РАБОТАТА НА КАЗИНАТА

В този раздел анализираме трите най-важни игрални индустрии. Различни показатели могат да бъдат използвани за измерване ефективността в казино сектора. Най-ползваните са: печалба на посетител, нормата на приходите получени от казино на посетител за определен период (обикновено 1 година); или печалба на обект на ден, оценяване на приход -печалба на игрална машина или на игрална маса в казиното или града.

4.5.1 Лас Вегас

Игралният пазар на Лас Вегас отчете приходи през 2004 г. и 2007 г. с повече от \$ 10 милиарда Щ.Д. през 2007 г. Икономическата криза повлия сериозно на работата на казината със спад в приходите от 9.9% и 9.8% съответно през 2008 г. и 2009 г.. Въпреки това, Лас Вегас показва признаци на възстановяване, след като тенденцията на спад на приходите се обърна през 2010 г. с положителен ръст, както в приходите така и в броя на посетителите. Въпреки че ситуацията се подобрява, броят на посетителите не можа да достигне предкризисните нива като приходите от посетител намаляха Щ.Д. 277 до Щ.Д. 244 през 2013 г. Въпреки че 2013 г. беше обнадеждаваща, анализирайки приходите на посетител можем да видим, че от началото на кризата приходите на посетител имат тенденция на намаляване, а броят на посетителите се увеличава. Това показва, че Лас Вегас привлича все повече турист, което е по-малко печелившо за казината.

В исторически план броят на посетителите и приходи на посетител в Лас Вегас от 2000-2013 г. са показани в таблицата по-долу.

ОБЩ БРОЙ ПОСЕТИТЕЛИ, ПРИХОДИ И ПЕЧАЛБА НА ПОСЕТИТЕЛ: ОКРЪГ КЛАРК, НЕВАДА (Щ.Д.)

Година	Брой посетители	Изменение	Общо приходи/ Печалба	Изменение	Общо приходи/ Печалба на посетител	Изменение
2001	35,017,317	-2.1%	7,632,021,543	-0.6%	218	-1.8%
2002	35,071,504	0.2%	7,630,272,759	0.0%	218	0.0%
2003	35,340,126	1.3%	7,830,675,556	2.6%	220	0.9%
2004	37,338,781	5.2%	8,211,248,814	11.2%	233	5.9%
2005	38,366,717	3.2%	9,713,801,886	18.0%	232	-0.2%
2006	38,914,889	0.9%	10,310,437,000	6.2%	273	17.2%
2007	39,186,761	0.7%	10,833,123,700	5.1%	276	1.1%
2008	37,811,632	-3.4%	9,796,970,000	-9.8%	261	-5.8%
2009	36,711,469	-3.0%	8,811,112,100	-10.0%	243	-6.5%
2010	37,335,226	1.7%	8,918,618,000	1.2%	239	-1.6%
2011	38,218,708	2.4%	9,223,108,000	3.4%	237	-0.8%
2012	38,757,022	1.4%	9,399,832,000	1.9%	237	0.0%
2013	39,689,221	2.3%	9,676,448,000	3.0%	244	2.9%

Годишен % изменение 2000-2013 1.0%

1.8%

0.9%

Източник: Кушман & Уейкфийлд на база данните на Съвета по контрол на хазарта на Невада, Службата за посещения и конвенции на Лас Вегас

Подобна тенденция се наблюдава в показателя Печалба на автомат на ден с високи нива през 2006 г. и 2007 г. и рязък спад по време на кризата. През периода 2000 г. до 2013 г., показателят Печалба на автомат на ден на игралните автомати е нараснал с 4.5% в сравнение със същия показател на игралните маси, който се е увеличил с 3%. Това се дължи главно на намаляващия брой игрални автомати и увеличаване броя на игралните маси.

КУШМАН & УЕЙКФИЙЛД О С Д Р

ПЕЧАЛБА НА АВТОМАТ НА ДЕН (WPUPD)

Година	Печалба в хиляди Щ.Д.	Изменение	Брой автомата	Изменение	Печалба на автомат на ден (Щ.Д.)	Изменение
2000	2,107,673	9.3%	50,203	4.7%	115	4.4%
2001	2,055,412	-2.5%	47,175	-6.0%	119	3.5%
2002	2,111,912	2.7%	47,181	0.0%	123	3.4%
2003	2,160,261	2.3%	43,787	-7.2%	133	9.8%
2004	2,535,568	17.4%	44,989	2.7%	164	14.1%
2005	2,789,933	10.0%	43,377	-3.6%	176	14.3%
2006	3,059,256	9.7%	41,746	-3.8%	201	14.2%
2007	3,142,384	2.7%	40,050	-4.1%	215	7.0%
2008	2,886,892	-8.1%	40,543	1.2%	195	-9.3%
2009	2,777,888	-4.4%	38,650	-4.6%	173	-10.3%
2010	2,597,238	-6.0%	37,090	-4.1%	177	1.1%
2011	2,507,653	-4.6%	37,304	0.6%	184	4.0%
2012	2,453,266	-1.8%	33,451	-5.0%	197	7.1%
2013	2,593,182	1.6%	34,598	-2.4%	205	4.1%

Годишен % изменение 2000-2013 1.6%

-2.8%

4.5%

Източник: Кушман & Уейкфийлд на база данните на Съвета по контрол на хазарта на Невада, Службата за посещения и конвенции на Лас Вегас

ИГРИ НА МАСА НА ДЕН (WPUPD)

Година	Печалба (в хиляди Щ.Д.)	Изменение	Брой маси	Изменение	Печалба на маса на ден (Щ.Д.)	Изменение
2000	2,134,219	7.5%	2,173	8.2%	2,691	0.6%
2001	2,032,347	-4.7%	2,103	-3.2%	2,648	-1.6%
2002	1,944,706	-4.3%	2,060	-2.0%	2,586	-2.3%
2003	1,893,165	-2.7%	2,028	-1.6%	2,558	-1.1%
2004	2,170,121	14.6%	2,126	4.8%	2,797	9.3%
2005	2,408,213	15.6%	2,193	3.2%	3,184	12.0%
2006	2,860,963	14.1%	2,223	1.4%	3,826	12.5%
2007	2,954,579	3.6%	2,243	0.9%	3,621	-2.7%
2008	2,596,219	-12.4%	2,289	2.1%	3,107	-14.2%
2009	2,408,132	-7.2%	2,236	-2.3%	2,951	-5.0%
2010	2,331,137	-10.3%	2,216	-0.9%	3,285	11.5%
2011	2,361,700	3.6%	2,211	-0.2%	3,442	4.8%
2012	2,988,036	3.5%	2,269	1.1%	3,806	10.2%
2013	3,297,987	10.4%	2,291	1.0%	3,944	9.4%

Годишен % изменение 2000-2013 3.4%

0.4%

3.0%

Източник: Кушман & Уейкфийлд на база данните на Съвета по контрол на хазарти на Невада, Службата за посещения и конвенции на Лас Вегас

4.5.2 Макао

От самото начало игралният пазар в Макао записа огромен ръст. Казината не бяха засегнати от кризата и през 2010 г. се отчетоха изключителни резултати с годишно увеличение от 58%. Тази тенденция се очаква да продължи, тъй като анализаторите прогнозираят, че приходите от игрите се очаква да се удвоят до Щ.Д.91 милиарда през 2018 г. Печалбата на посетител е много по-висока, отколкото тази в Лас Вегас, Щ.Д.1 586 през 2013 г. Ние смятаме, че това се дължи основно на по-големия брой залагачи в Макао отколкото в Лас Вегас.

Ръстът на печалбата, броят посетители и печалбата на посетител в Макао от 2008 г. до 2013 г. са представени в таблицата по-долу.

ОБЩ БРОЙ ПОСЕТИТЕЛИ, ПРИХОДИ И ПЕЧАЛБА НА ПОСЕТИТЕЛ: МАКАО (Щ.Д.)

Година	Общ брой посетители	Изменение	Общо приходи (Печалба)	Изменение	Общо приходи	Изменение
2008	22,929,914	Няма данни	14,010,710,800	Няма данни	61	Няма данни
2009	21,752,751	-5%	15,386,664,100	10%	707	16%
2010	24,965,411	15%	24,277,412,700	58%	972	37%
2011	27,752,198	11%	34,528,056,100	42%	1,245	28%
2012	28,082,292	1%	39,203,817,100	14%	1,396	12%
2013	29,924,822	4%	46,500,546,100	19%	1,586	14%

Източник: Кушман & Уейкфийлд на база данните на Бюрото за Инспекция и Координация на хазартни игри на Макао

4.5.3 Сингапур

Двата интегрирани казино курорта отчетоха зашеметяващ старт с ръст от 61,1% на приходите от хазарт през годината след откриването им през 2010 г. Въпреки това, растежът спря отчасти поради отказа на правителството да бъдат разширени. Печалбата на посетител продължи да намалява, като приходите следват негативна тенденция. Този показател трябва да се анализира внимателно, тъй като Сингапур е много различен пазар от другите хазартни дестинация и не се позиционира като казино-рай. По-голямата част от посетителите не посещават двете казина, когато идват в Сингапур за разлика от тези в Макао и Лас Вегас и поради това печалбата на посетител е по-малка. Въпреки това, статистиката показва, че туризмът е бил стимулиран от откриването на двете казина, тъй като броят на посетителите се повиши с 15% на година след откриването им. Дори ако градът привлече повече залагачи, които да похарчат средно Щ.Д. 63 592 на посещение, не се очаква приходите от хазарт в Сингапур да нараснат рязко в бъдеще.

ОБЩ БРОЙ ПОСЕТИТЕЛИ, ПРИХОДИ И ПЕЧАЛБА НА ПОСЕТИТЕЛ: СИНГАПУР (Щ.Д.)

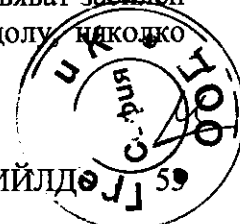
Година	Общ брой посетители	Изменение	Общо приходи (Печалба)	Изменение	Общо приходи	Изменение
2010	11,638,663	Няма данни	2,799,726,209	Няма данни	241	Няма данни
2011	13,171,303	13.2%	4,509,265,082	61.1%	342	42.3%
2012	14,496,091	10.1%	4,170,327,400	-7.5%	288	-16.0%
2013	15,567,923	7.4%	4,111,234,400	-1.4%	264	-8.2%

Източник: Кушман & Уейкфийлд на база данните на Регулаторен правителствен орган на казината на Сингапур

В заключение, основният извод, който трябва да се вземе предвид е, че трите представени по-горе пазари се развиват много различно. Лас Вегас се очаква да остане водещ на пазара, но приходите от хазарт се увеличават бавно. В действителност, ако градът иска да запази своето конкурентно предимство са необходими реконструкция, по-добро навлизане на пазара и повече развлечения. От друга страна, пазарът на Сингапур не се представя добре през последните две години поради по-слабата китайската икономика и по-строгите рестрикции от страна на правителството. Въпреки, че двете казина генерират половината от приходите на Лас Вегас, хазартният бизнес няма да се промени съществено в бъдеще. За Макао, ръстът в хазарта се очаква да се повиши с увеличаването на китайските посетители и подобряване стандарта на средната класа.

4.6. РАЗВИТИЕ НА КАЗИНО ИНДУСТРИЯТА

Казино индустрията продължава да се разраства рязко и инвеститори проявяват засилен интерес към изграждане на нови казино курорти. Както е описано по-долу, няколко големи проекта са в процес на изграждане в Европа, Азия и САЩ.



4.6.1 Европа

В.4.6.1.1 Barcelona World

Някои от най-големите световни оператори на казина искат да инвестират в интегрирани казино курорти в Европа, като задлъжнелите страни в еврозоната се обръщат към тази индустрия като необходим тласък на туризма и заетостта. Следователно, ние наблюдаваме няколко европейски страни, които преразглеждат данъка върху приходите от хазартни игри за да привлекат нови проекти и съответно по-голям брой посетители. Концепцията на интегрирани курорти се оказва успешен генератор на търсенето, най-доброто доказателство е Сингапур, където броят на посетителите и нощувките значително се увеличи след построяването на двата интегрирани курорта.

Испания наскоро избра два различни казино проекта. Първо, след успеха на Marina Bay Sands, Шелдън Аделсън има амбициозни планове да инвестира няколко милиарда евро в казино комплекс в Мадрид. Наречен Евро Вегас, курортът ще революционизира начина, по който казината се възприемат в Европа. Въпреки това, гигантският казино проект наскоро се разпадна след разногласия между инвеститора и правителството.

Вторият проект, планиран за 2016 г., е подобен комплекс с цел да стане най-големият развлекателен център в Европа. Един от основните инвеститори е компанията Melco-Crown с много опит в развлекателната индустрия. Комплексът се намира в непосредствена близост до атракционния парк Порт Аventura, Курортния комплекс се състои от следните основни компоненти:

- Шест тематични казина
- 12 000 хотелски стаи
- Атракционен парк Порт Аventura
- Голф игрище
- Търговски център (Мол)

СКИЦА НА ПРОЕКТА В БАРСЕЛОНА



Източник: Службата на Атракционния парк

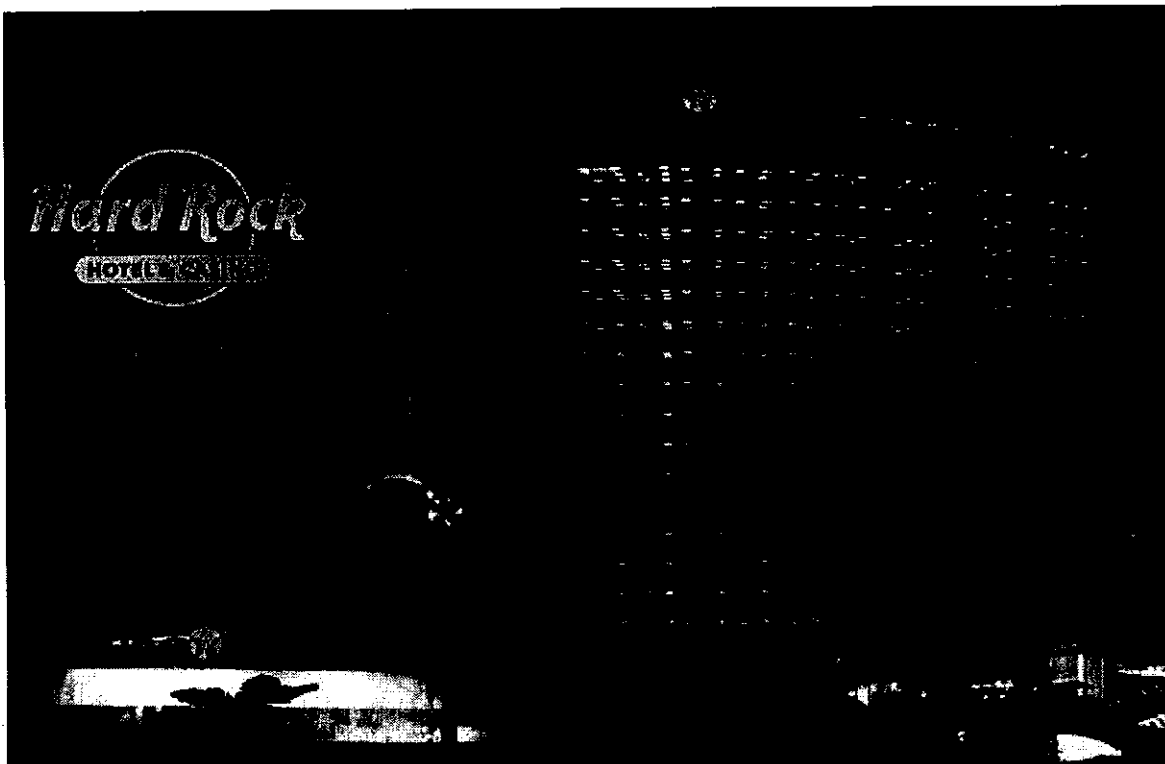


В.4.6.1.2. Евро Вегас Унгария

През 2006 г. инвеститорите получиха лиценз за експлоатация на голямо казино в Унгария. Първоначално се очакваше да отвори врати през 2010 г., но строителството беше забавено поради финансовата и икономическа криза. Намира се в Bezenye, Хард Рок Интернешънъл са подписали споразумение със собствениците Евро Вегас Унгария да изградят Хард Рок Хотел, като част на курортния комплекс. Наскоро се появиха слухове, че дълго отлаганото строителство на Евро Вегас на стойност Евро 300 млн. може да започне, след присъединяването на двама нови инвеститори към проекта. Засега знаем, че ако бъде открит, комплексът ще разполага със следните съоръжения:

- Три казина
- Хард Рок Хотел с повече от 600 стаи
- Заведения за хранене и барове
- Спа център
- Конферентен център
- Търговски обекти

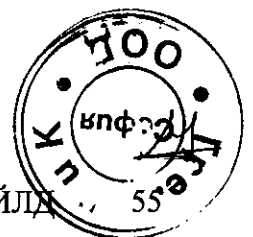
СКИЦА НА ОБЕКТА В УНГАРИЯ



Източник: Евро Вегас Унгария

4.6.2. САЩ

Пазарът на недвижими имоти в Лас Вегас се възстановява, тъй като местната икономика се подобрява, а и броят на посетителите се увеличава. Затова в процес на изграждане са нови проекти и атракционне центрове.

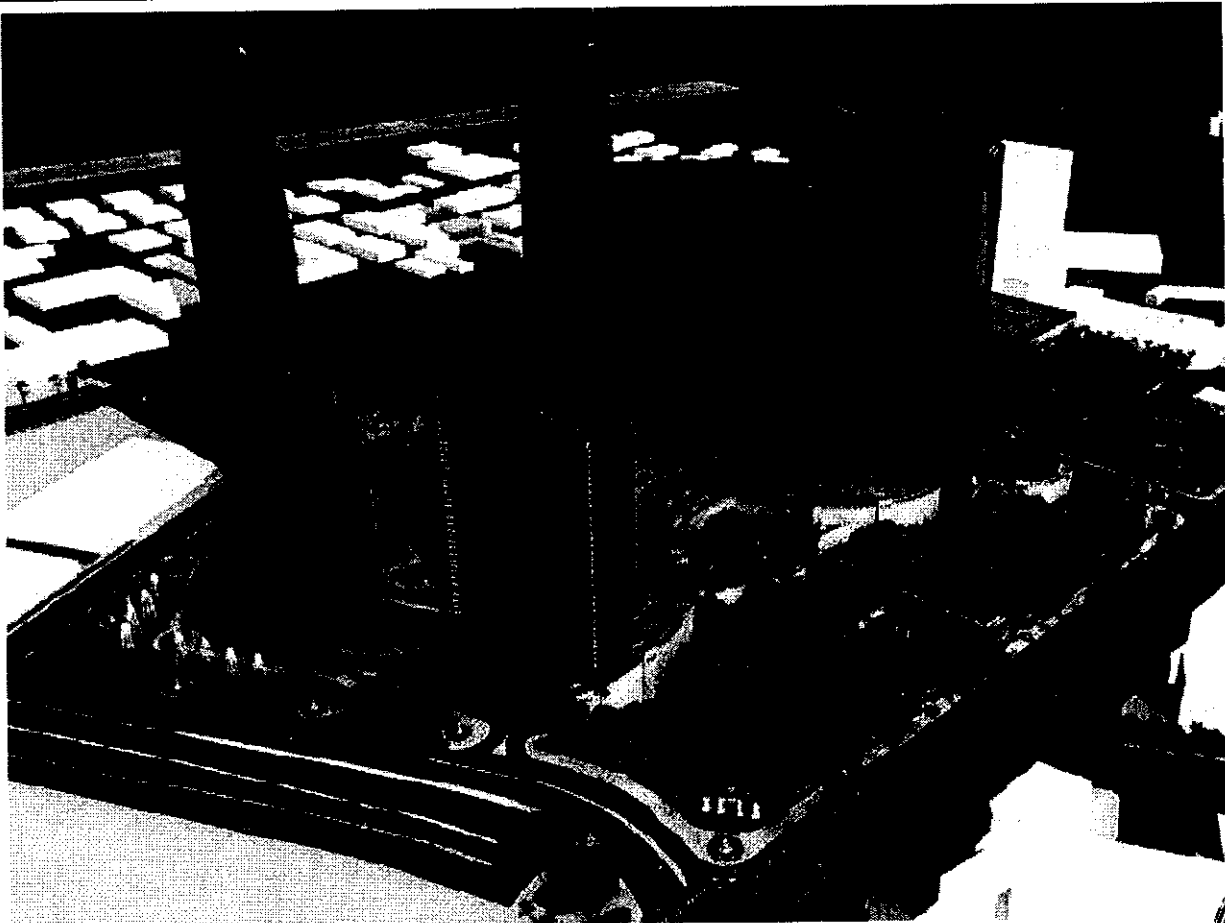


B.4.6.2.1 Resort World Las Vegas

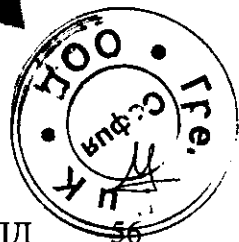
През март 2013 г., Genting Bhd закупи проекта Echelon за Щ.Д. 350 милиона. Проектът Echelon беше замразен поради финансовата криза. Благодарение на новите инвестиции на Genting Bhd, строителството на курорта започна отново, нарича се сега Resort World Las Vegas и се очаква да отвори врати през 2016 г. Първият етап е на стойност Щ.Д. 4 милиарда и се очаква на следващите етапи да се изградят допълнително хотели, конферентни центрове и повече ресторанти. Първоначалният проект би трябвало да включва следните съоръжения:

- хотел с 3,000 стаи
- Казино с площ от 16 300 m²
- Театър с 4000 места
- Търговски обекти, заведения за хранене и конферентна площ
- Парк на покрива и площадка за наблюдение
- Аквариум
- Киносалони
- Закрит воден парк (Предложение)
- Експозиция на панди (предложение)

СКИЦА НА ПРОЕКТА Resort World Las Vegas



Източник: Review Journal



4.6.3 Азия

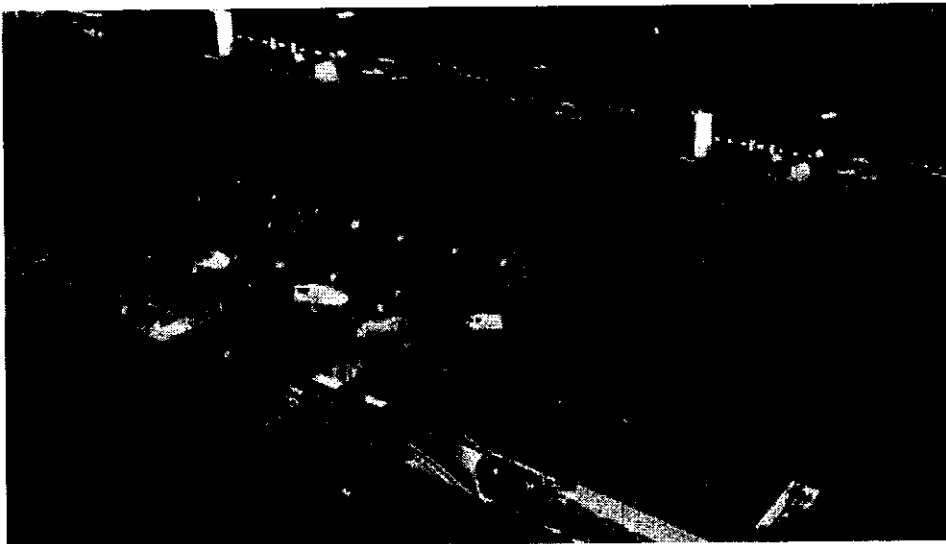
Няколко региона в Азия обмислят облекчаване на техните закони за забрана на казина. Поради това пазарът на страните с агресивни планове на правителството за изграждане на такива курорти се движи възходящо. Един такъв пример са Филипините, където няколко огромни проекта са в процес на изграждане.

В.4.6.3.1 Град на мечтите Манила

Melco Crown Resorts Corporation, дъщерно дружество на Melco Crown в момента разработва Град на мечтите Манила, казино, хотел, търговски и развлекателен интегриран курорт в Манила. Целта на този проект е да се създаде нова дестинация за забавление в Азия с развлечения от световна класа, престижни магазини и казина. Курортът се състои от следните основни компоненти:

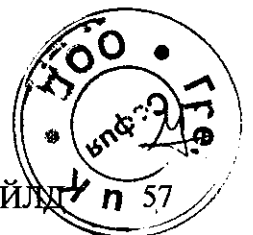
- Едно казино
- Шест хотели кули (един хотел Нобу и един Хаят)
- Тематични ресторанти и барове
- Зала

СКИЦА НА ПРОЕКТ ГРАД НА МЕЧТИТЕ МАНИЛА



Източник: Melco Crown Entertainment

Представените по-горе проекти са само част от най-големите разработки в света. Има повече курортни комплекси, които се планират в няколко региона. Това е положителен знак, че доверието на инвеститорите укрепва на пазара. Освен това показва, че инвеститорите виждат съществуващото голямо търсене и огромния потенциал на казино курортите.



5. ПАЗАР НА ТЪРГОВИЯ НА ДРЕБНО

5.1. ОБЩА ИНФОРМАЦИЯ

Предлагането остава непроменено. Panorama Mall в Плевен е на път да стане най-голямата търговска площ в страната от 17 500 кв. м. Sofia Ring, Mega Mall и Plaza West в столицата добавят заедно 122 000 кв.м. до края на годината. Новите проектите и разширения остават колебливи.

Някои от неуспешните схеми вече излязоха от пазара. Ние ще следим тяхното развитие през следващите тримесечия за да решим дали да ги включим или не в проучването. В момента отдадената площ на ефективно действащите търговски центрове възлиза на 688 000 m².

На някои от пазарите търговците на дребно ще бъдат изправени пред ограничени възможности. Плевен е един такъв пример, където Panorama Mall предвижда откриване на 12 април с 79% площ отдадена под наем. Стабилните проекти в София и други големи градове са привлекателни за нови наематели, които или наемат постепенно съществуващите свободни площи или успешно заемат мястото на напусналите наематели.

5.2. ТЪРСЕНЕ

Търговците на дребно се насочват към по-големите и доминиращи проекти в София и други големи градове. Paradise Center елегантно комбинира модните марки Versace Collection, Cop Copine и Conte of Florence. Испанската верига Grupo Cortefiel навлезе на пазара в The Mall с марката за бельо Women's Secret, а Springfield и Cortefiel се очаква да ги последват скоро. Sofia Ring също предприе стъпки към насроченото за септември откриване, осигурявайки си Notos Galleries, гръцка концепцията за търговски център с 6000 m², както и H & M.

Междувременно, H & M и Sport Vision допринесоха за разширяване на модните и спортни сегменти в цялата страна. Последната се присъедини към Panorama Mall в Плевен, а втората марка се насочва към Варна, третият по големина град.

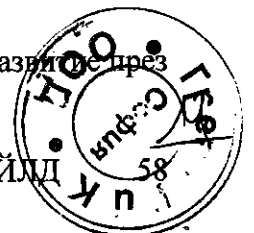
Благодарение на туристическия сезон продажбите на стоки в крайбрежните градове скочиха, предизвиквайки силен интерес в добре разположени и професионално управлявани обекти. Grand Mall във Варна е следващото място за Pepina M, докато Galleria Burgas привлече престижната марка Inditex на Massimo Dutti, марката обувки Roberto Botticelli и магазин за детски модни стоки Original Mariners наред с другите. Най-общо търговците се възползват от наличието на по-силни пазари.

Голямата верига Decathlon заема затвореният магазин Пикадили във Варна, а Carrefour взе друг в Retail Park Plovdiv. Допълнителната оптимизация и реорганизация на пространството е налице с напускането на Delhaize в хранителния сектор и Практикер в сегмента Направи си сам от България. Дейностите на Пикадили и на Практикер се очаква да бъдат поети от местни предприемачи.

5.3. ПРЕДЛАГАНЕ

Предлагането остава непроменено. Panorama Mall в Плевен е на път да стане най-голямата търговска площ в страната от 17 500 m² Sofia Ring, Mega Mall и Plaza West в столицата добавят заедно 122 000 m² до края на годината. Нови проектите и разширения остават колебливи.

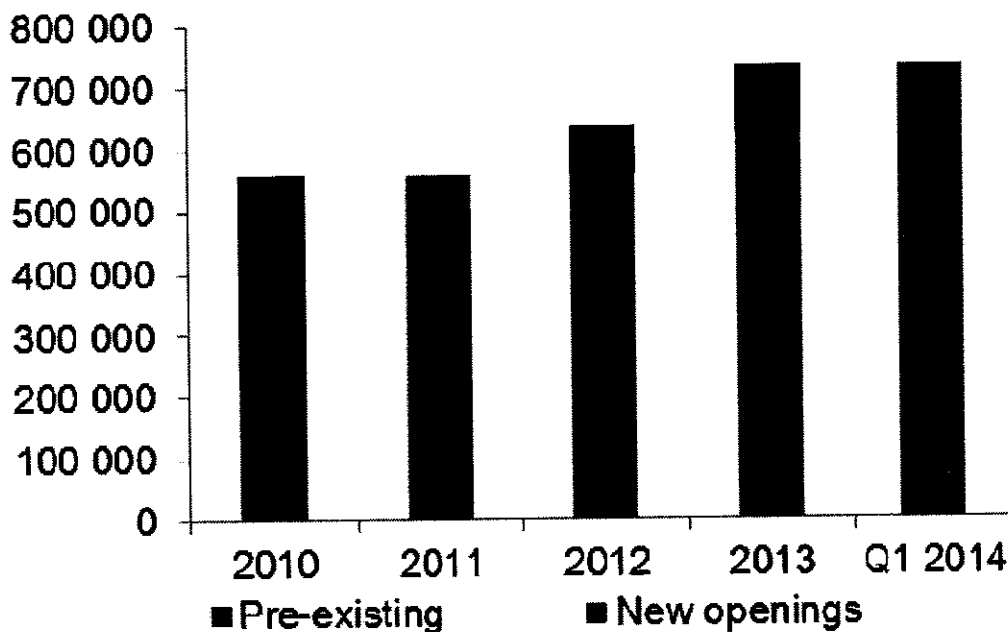
Някои от неуспешните схеми вече излязоха от пазара. Ние ще следим тяхното развитие през



следващите тримесечия за да решим дали да ги включим или не в проучването. В момента отдадената площ на ефективно действащите търговски центрове възлиза на 688 000 m².

На някои пазарите търговците на дребно ще бъдат изправени пред ограничени възможности. Плевен е един такъв пример, където Panorama Mall предвижда откриване на 12 април с 79% площ отдадена под наем. Стабилните проекти в София и други големи градове са привлекателни за нови наематели, които или наемат постепенно съществуващите свободни площи или успешно заемат мястото на напусналите наематели.

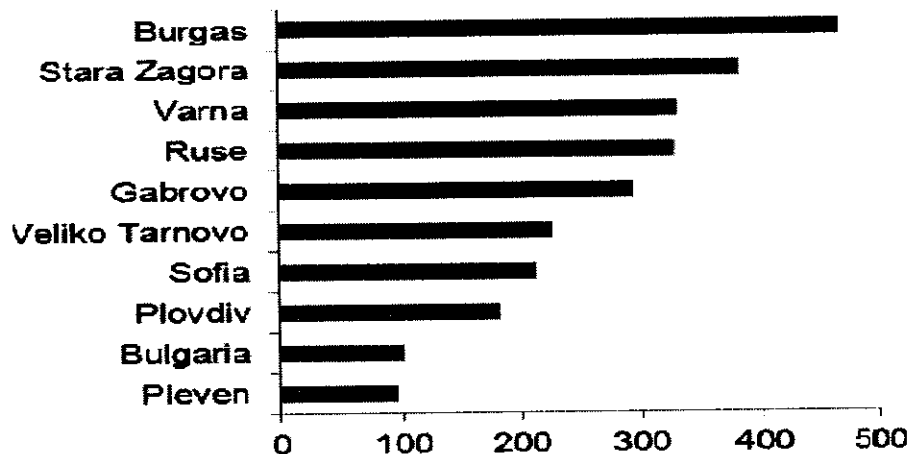
ПЛОЩ НА БЪЛГАРСКИТЕ ТЪРГОВСКИ ЦЕНТРОВЕ ОТНЕСЕНА КЪМ ТАЗИ НА НОВООТКРИВАЩИТЕ СЕ



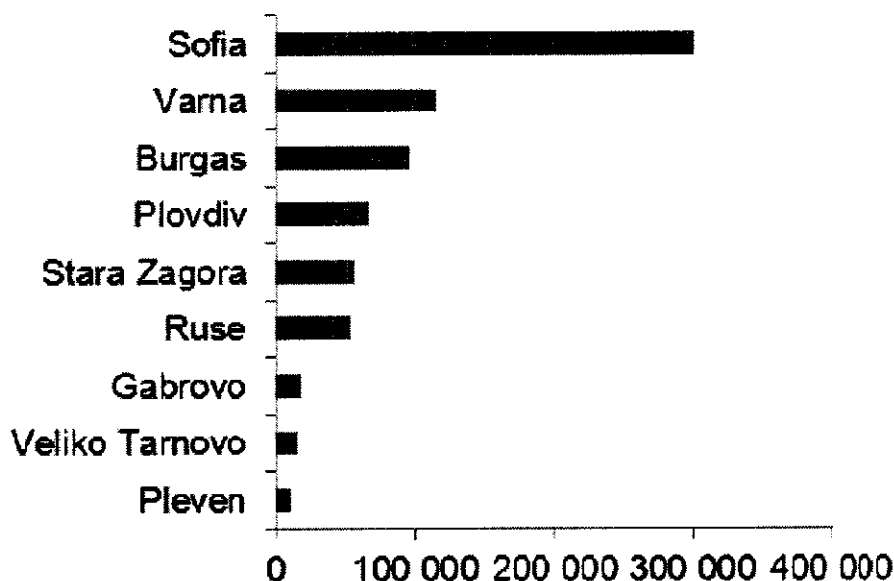
БЪЛГАРСКИ ПАЗАР НА ТЪРГОВИЯ НА ДРЕБНО

Площ в m ²	785 000
Работна сила в m ²	139 500
Основно население (m ² на човек)	21.6

ТЪРГОВСКА ПЛОЩ НА ГЛАВА ОТ НАСЕЛЕНИЕТО (m² НА 1000 ДУШИ)



ТЪРГОВСКИ ЦЕНТРОВЕ НА ГРАД (m²)



Източник: Фортън

5.4 НАЕМИ

Наемите на площите в търговските центрове останаха под натиск, особено в София. Независимо от това, по-нататъшно намаление е малко вероятно, поради което те са стабилни с нива от Евро 21.5 на m² в София. Възможно е наемателите да изберат някои търговски рискове, като обвържат наема с оборота или избератgratisни периоди предвид потенциала си. Наемните цени се стабилизираха и във вторите и трети по големина градове от Евро 12-16 на m².

5.5 ИНВЕСТИЦИОНЕН ФОКУС

Секторът е подложен на натиск през последните месеци след напускането на пазара от международни вериги за хранителни стоки и Направи си сам. Такова развитие предполага известен натиск върху наемите, особено в пренаселени или по-малки пазари. От инвестиционна гледна съществува възможност, ако проектите са добре позиционирани да се улови съществуващото търсене на магазини за спортни стоки, домакински или електрически уреда.

Конкуренцията увеличава напрежението върху ефективността на търговските центрове, Park Mall в Стара Загора е една от поредните жертви. Местните предприемачи разполагат с активи в затруднено положение, които се нуждаят от капитал и професионално управление, за да се възстановят.

От другата страна на спектъра на риска са големите, установени и професионално управляваните проекти, които имат потенциала да привлекат интерес от страна на институционални инвеститори, но само след пазарът установи, че сегашната вълна на развитие е изчерпана.



Модерни търговски центрове в България MALL OF SOFIA има почти 100% заетост на площта. Незначителни проблеми с наемателите и оседналите. Успешните търговски центрове в страната.

2 CITY CENTER SOFIA

София, бул. Арсеналски 2

Общо ПП (м²) 22.000
Завършен през 2-ро тримесечие на 2006 г.
Средна наемна цена - няма данни

Търговският център граничи с Националния дворец на културата и център на града. Има добър достъп с кола, обществен транспорт и пешеходна зона. Не инвазивното съоръжение на метрото затрудняват съществуващата и права ивица булеварда Арсеналски и Черни връх едни от най-силните за преобладаване в града. Черни връх булевардът е разположен в булевардната зона. В близост до булеварда Арсеналски и Черни връх е разположен булевардът. Преди това булевардът е бил около 1 км от булеварда.



3 CITY CENTER SOFIA

София, бул. Арсеналски 2

Общо ПП (м²) 22.000
Завършен през 2-ро тримесечие на 2006 г.
Средна наемна цена - няма данни

Към момента в близост до булеварда Арсеналски и Черни връх е разположен булевардът. Преди това булевардът е бил около 1 км от булеварда.



паркин, в
комплекса има
булевар,
ресторанти, места
за спорт
развлечения

**SERDICA
CENTER
MALL**

София, бул.
Сатняково 48

Общо 111 (m²)
51 000
Завършен през
1-во тримесечие
на 2010
Средна цена на
квадратен метър
€ 20/m²

Центърът е
разположен на бул.
Сатняково в район
Оборище. Общата
площ е около
130 000 m². Об-
ектът е с площ от
101 000 m².
Забележителен
е в това отношение
такава площ на
такава цена. Има
и специални места
за паркиране
площта е 20 000 m²

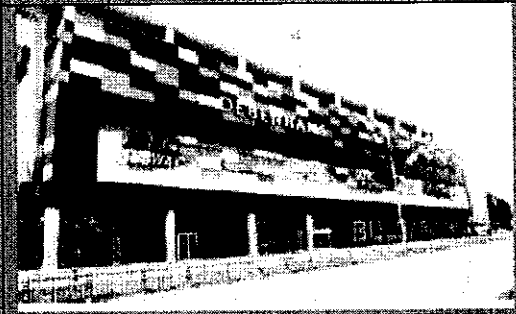


THE MALL

София, бул.
Наритрацко
шосе 115

Общо 111 (m²) 66
000
Завършен през
2-ро тримесечие
на 2010
Средна цена на
квадратен метър
€ 22/m²

Намира се
в центъра на бул.
Наритрацко в район
Оборище. Площта
е около 110 000 m².
Обектът е с площ от
101 000 m².
Забележителен
е в това отношение
такава площ на
такава цена. Има
и специални места
за паркиране
площта е 20 000 m²

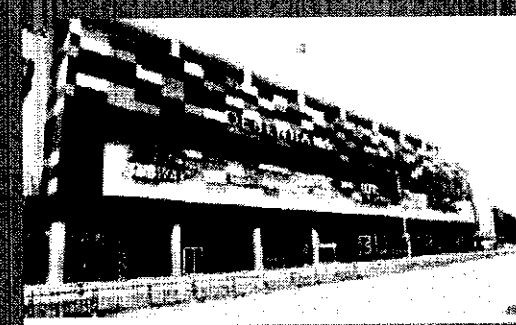


**ВЕРВАКА
MALL**

София, бул.
България 19

Общо 111 (m²)
100
Завършен през
3-то тримесечие
на 2010
Средна цена на
квадратен метър
€ 20/м²

Обектът е с площ от
101 000 m².
Забележителен
е в това отношение
такава площ на
такава цена. Има
и специални места
за паркиране
площта е 20 000 m²



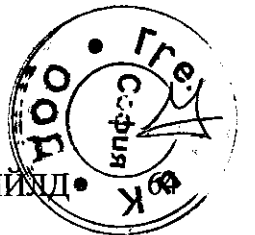
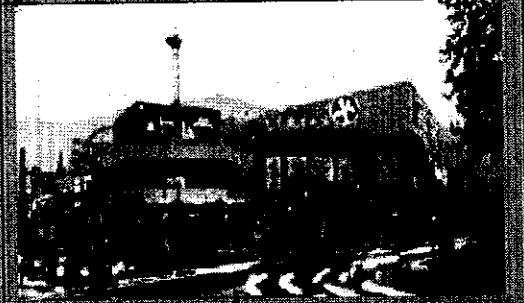
също така офиси на площ от 25 000 кв. м. Това е първият търговски център, позициониран като център от по-висока класа, насочен към средната и горната част на пазара. Центърът ще бъде изграден в един етап и ще бъде построен на площ от 5 000 кв. м. и ще бъде разположен в центъра на София, в близост до магистралния развъстител.




PARADISE CENTER

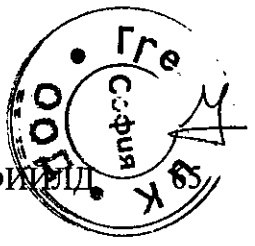
София, бул. Чернявски 100

Общ. площ: 30 000 кв. м.
Завършен през 1-во тримесечие на 2013 г.
Средна пазарна цена: € 16/кв. м.

Paradise Center е първият търговски център в София, разположен в близост до магистралния развъстител в Европа. Той е най-модното място за пазаруване, спорт и развлечения в една от най-старите европейски столични - София. Има перфектно местоположение в една от най-популярните райони на столицата - в близост до Олимпийския стадион, булевард "Свобода" и булевард "Септември". Площта е от 30 000 кв. м. и ще бъде изградена в един етап. Центърът ще бъде разположен в близост до магистралния развъстител и ще бъде построен на площ от 5 000 кв. м. и ще бъде разположен в центъра на София, в близост до магистралния развъстител.



8	<p>SOFIA SOUTH RING MALL</p>	<p>Общо ТП (m²) 72 000 Очаква се да бъде завършен през 3-то тримесечие на 2014 г. Средна наемна цена няма данни</p>	<p>Sofia Ring Mall се изгражда в близост до центъра на столицата на Околовръстното шосе. Инфраструктурата е изградена до ИКБА. Планирано е да се изградят още 200 магазинни помещения. Местата за паркиране са около 2000 паркоместа за всички зони.</p>	
9	<p>METRA MALL</p>	<p>Общо ТП (m²) 25 500 Очаква се да бъде завършен през 3-то тримесечие на 2014 г. Средна наемна цена няма данни</p>	<p>Вградено в центъра на запад от столицата в близост до булевард "Колити". Metro Mall ще съдържа около 24 000 m² на паркинг за около 300 автомобили и ресторанти. Паркингов е с 500 паркоместа. Metro Mall ще съдържа около 24 000 m² на паркинг за около 300 автомобили и ресторанти.</p>	
10	<p>WIKKA MALL</p>	<p>Общо ТП (m²) 26 000 Очаква се да бъде завършен през 4-то тримесечие на 2014 г. Средна наемна цена няма данни</p>	<p>WIKKA Mall се изгражда в близост до центъра на столицата на Околовръстното шосе. Инфраструктурата е изградена до ИКБА. Планирано е да се изградят още 200 магазинни помещения. Местата за паркиране са около 2000 паркоместа за всички зони.</p>	



6. ПАЗАР НА КОНФЕРЕНТНИ ЦЕНТРОВЕ

6.1. ОБЩА ИНФОРМАЦИЯ

В този раздел ще анализираме настоящия пазар на места за конференции в София и на основните пазари в Европа, тъй като бизнес центърът на Курортния комплекс ще има капацитета да се конкурира с други мащабни конферентни и конгресни центрове в Европа и да генерира търсене в София.

6.2. ПАЗАР НА КОНФЕРЕНТНИ ЦЕНТРОВЕ В ЕВРОПА

6.2.1 Търсенето на места за мероприятия

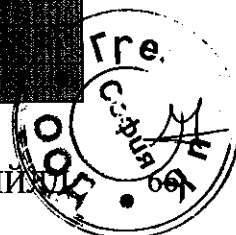
Ние се позоваваме на данни на Международната Асоциация за конгреси и срещи (ICCA) за количествено измерване и определяне на търсенето на места за конференции в Европа. Въпреки това, тази статистика не е напълно надеждна, тъй като разглеждаме само конференции със следните критерии:

- годишни или двугодишни мероприятия;
- мероприятия с повече от 50 участници;
- мероприятия, които се провеждат в най-малко три различни страни.

Поради това е важно да се посочи, че следните данни не отчитат корпоративни и правителствени конференции и се фокусират повече върху медицински и научни срещи. Независимо от това, тези статистически данни, посочени в таблицата по-долу предоставят обща картина за това, каква е тенденцията за провеждане на мащабни конферентни събития в света.

НАЙ-ПРЕДПОЧИТАНИ ГРАДОВЕ ЗА ПРОВЕЖДАНЕ НА МЕРОПРИЯТИЯ ПРЕЗ 2012 Г.

Место събитията	Държава	Евро. мероприятия в 2012г.
1	Бразил	10
2	Варшава	8
3	Берлин	7
4	Миньо	7
5	Пуско	7
6	Дюселдорф	7
7	Ханновер	7
8	Бамберг	7
9	Мадрид	7
10	Вашингтон	7
11	Лондон	7
12	Стокхолм	7
13	Париж	7
14	Берлин	7



18	Сеул	100
19	Буйрос Абрес	99
20	Будапешта, РМ	98
117	Лас Вегас, Ню Йорк	19
168	София	14
263	Макао	8

Източник: Международна Асоциация за Конгреси и Среци (ICCA)

Таблицата показва, че градовете, в които се провеждат най-много срещи и конгреси в света са предимно в Европа. Всъщност, само три от топ 20 от градовете са извън Европа. Ето защо, ние считаме, че има голямо търсене на такъв бизнес в тези градове. През 2012 г. София беше класирана на 168 място и привлече 14 конферентни срещи с критериите на ICCA.

При анализа единствено на данните на ICCA изглежда, че в Макао и Лас Вегас са се провели много малко срещи, което не е така, тъй като те са много популярни места за провеждане на конференции. Точните числа са показани в следващия раздел.

6.2.2 Ценообразуване на местата за срещи в Европа

Данните по-долу дават изчерпателен преглед на ценообразуването на мероприятия за между 500 - 1000 души. Въпреки че данните са от 2011 г., те дават индикация в промяната на цените в Европа. Данните също така показват, че с изключение на някои центрове в Милано, езерото Комо и Лисабон, всяка промяна в цената е минимална и като цяло е в съответствие с инфлацията. Трябва да се отбележи, че не е ясно дали тези цени включват Храна & настаняване, както ИТ и други разходи за конференциите в допълнение към наемните цени.

ЦЕНИ НА КОНФЕРЕНТНИ ЦЕНТРОВЕ

Оферта за цена в конферентен център в Евро

Конферентен център	2011	2010	% Изменение	2011	2010	% Изменение
Байероид	27824			2000		
Бонус Лисабон	36001	33952	106%	10680	10180	105%
Бонус Милано	2000	1750	114%			
Бонус Милано	2233	20350	110%	16473	10760	153%
Бонус Милано	2715	17000	106%	1076	1230	107%
Бонус Милано	2133			1077	1067	101%
Бонус Милано	2200	2030	108%	1072	1020	105%
Бонус Милано	2000	2000	100%	1070	1060	101%
Бонус Милано	11000	10000	110%	1070	1050	102%
Бонус Милано				1070	1050	102%



ОТДАДЕНИ ПОД НАЕМ КОНФЕРЕНТНИ ПЛОЩИ ПРЕЗ 2013 Г.

Европейска Статистика

Международни изложения

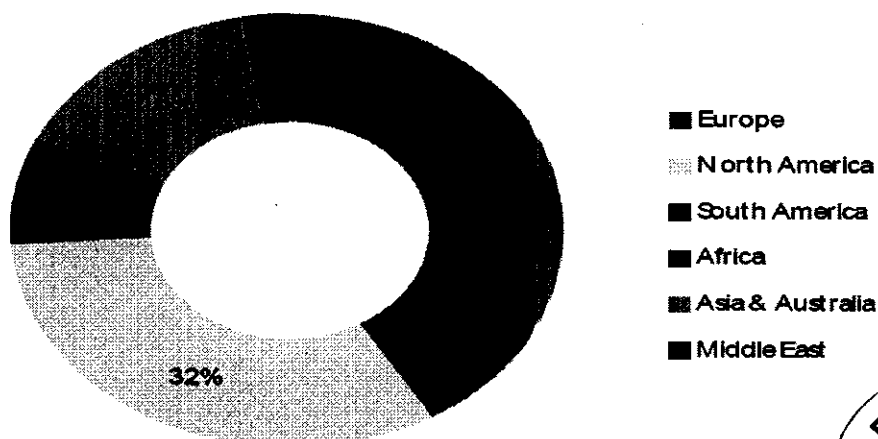
Държава	Брой изложения	Общо площ, отдадена под наем (m ²)	Брой изложения	Общо площ, отдадена под наем (m ²)
Франция	796	3 622 137	253	3 328 691
Турция	409	2 811 193	190	1 687 871
Германия	294	10 001 622	209	9 149 739
полша	233	30 107 222	36	239 503
Италия	225	4 656 073	175	3 943 489
Испания	214	2 070 233	91	1 234 716
Финландия	109	66 989		
Русия	89	764 987	76	716 041
Швеция	77	10 923 322		
Белгия	64	630 677	23	171 257
Чехия	46	30 230	38	208 967
Холандия	33	6 651 676	22	3 150 173
Португалия	31	19 242	12	100 204
Австрия	30	402 039	28	311 243
Украйна	30	12 310	15	78 508
Хърватска	29	26 124	1	10 263
Унгария	7	6 020	6	11 384
България	6	46 331	5	45 426
Румъния	6	6 202		
Люксембург	5	27 277		
Молдова	1	6 171	1	6 178
Словения	1	6 041		
Черна гора	1	1 239		

Източник: UFI - 2014 г. на Международната асоциация на изложбената индустрия

6.2.5 Предлагане

Световният пазар на конферентни услуги е сравнително консолидиран в Европа и в Северната част на САЩ. През 2011 г. регионалните предлагани изложбени площи в Европа съставляват 41% от предлаганите в световен мащаб. Освен това в таблицата по-долу можете да видите, че най-големите конферентни центрове са също предимно разположени в Европа.

ДЯЛ НА ПРЕДЛАГАНИТЕ РЕГИОНАЛНИ ИЗЛОЖБЕНИ ПЛОЩИ ПРЕЗ 2013 Г.



РЕГИОНАЛНИ ИЗЛОЖБЕНИ ПЛОЩИ ПРЕДЛАГАНИ ПРЕЗ 2013 Г.

Площ на съоръжението	Европа	Сверна Америка	Южна Америка	Африка	Азия & Австралия	Среден Изток
> 100,000 m ²	36	6	3		12	
50,000-99,999 m ²	37	26	5		28	
20,000-49,999 m ²	115	63	17	9	70	10
5,000-19,999 m ²	404	292	23	15	74	19
Общо:	496	369	70	25	184	33

Източник: UFI, м. Декември 2013 г.

ТОП КОНФЕРЕНТНИ ЦЕНТРОВЕ В ЕВРОПА

Център	Площ	МАХ. МЕСТА В ПОМЕЩЕНИЕ	БАЛНИ БАЛКИ	КОНФЕРЕНТНИ МЪЛДИ
Austria Centre Vienna	22,000 m ²	4,320	7	130
Palais des Congrès de Paris	82,000 m ²	3,700	4	84
Palacio de Congresos de Madrid	40,000 m ²	4,000	2	80
ICC Berlin	30,000 m ²	2,100	2	80

Източник: Кушман & Уейкфийлд

6.3 ПАЗАР НА КОНФЕРЕНТНИ УСЛУГИ В БЪЛГАРИЯ

6.3.1 Търсене

София е предимно корпоративен и конферентен сегмент на пазара, тъй като търсенето на развлечения през свободното време е ограничено и представено предимно културен туризъм и услуги за транзитни туристи, които пътуват до съседна ски и спа дестинации. Ето защо, търсенето на бизнес услуги е по-голямо в града в сравнение с други региони. Според статистика на ICCA, столицата е домакин на по-голям брой международни изложения през 2012 г. от 2011 година.

СТАТИСТИКА НА КОНГРЕСИТЕ И КОНФЕРЕНЦИИТЕ В СОФИЯ

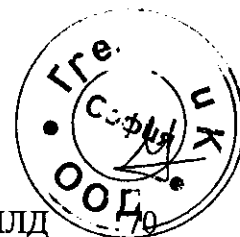
Година Класация Брой международни конгреси

2010	126	12
2011	183	13
2012	178	16

Източник: Международна Асоциация на Конгреси и срещи

6.3.2 Предлагање

София предлага много подходящи условия за конференцията индустрия. Що се отнася до големи мероприятия, Националният дворец на културата, най-големият многофункционален конферентен и изложбен център в Югоизточна Европа, може да побере повече от 4500 участници, а Интер Експо & Конгресен Център София повече от 1500 участници.



КОНГРЕСНИ И КОНФЕРЕНТНИ ЦЕНТРОВЕ В СОФИЯ

НАИМЕНОВАНИЕ ПЛОЩ SIZE	МАКСИМАЛЕН КАПАЦИТЕТ (МЕСТА)	ЗАСЕДАТЕЛНИ И ЗАЛИ	МЕСТПОЛОЖЕНИЕ
Национален дворец на културата 123,000 m ²	4,368	54	Градски център
Интер Експо & Конгресен център 42,000 m ² София	1,500	12	Летище София

Източник: Кушман & Уейкфийлд

Що се отнася до предлагането на зали за малки мероприятия, повечето от 5-звездните хотели имат големи заседателни зали. Ние разбираме, че Хотел Шератон Luxury Collection понастоящем е предпочитано място за провеждане на повечето държавни мероприятия/ конференции и въпреки че Хилтън и Кемпински също имат подходящи съоръжения, тяхното местоположение не позволява да станат предпочитан избор на организаторите на мероприятията.

КАПАЦИТЕТ НА ЗАЛИТЕ В 5-ЗВЕЗДНИТЕ ХОТЕЛИ В СОФИЯ

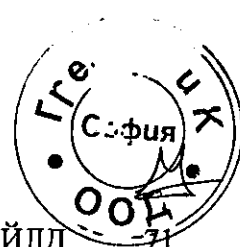
Наименование	Площ	Максимален капацитет	Зали	Местоположение
Райсон Блу Хотел	700 m ²	400	6	Градски център
Хилтън Хотел София	Няма данни	650	8	Градски център
Кемпински - Зографски Хотел София	2,145 m ²	1,200	15	Извън центъра
Гранд Хотел София	Няма данни	660	6	Градски център
Шератон София Хотел Болкан	Няма данни	650	6	Градски център
Хотел Соко	Няма данни	100	4	Градски център

Източник: Кушман & Уейкфийлд

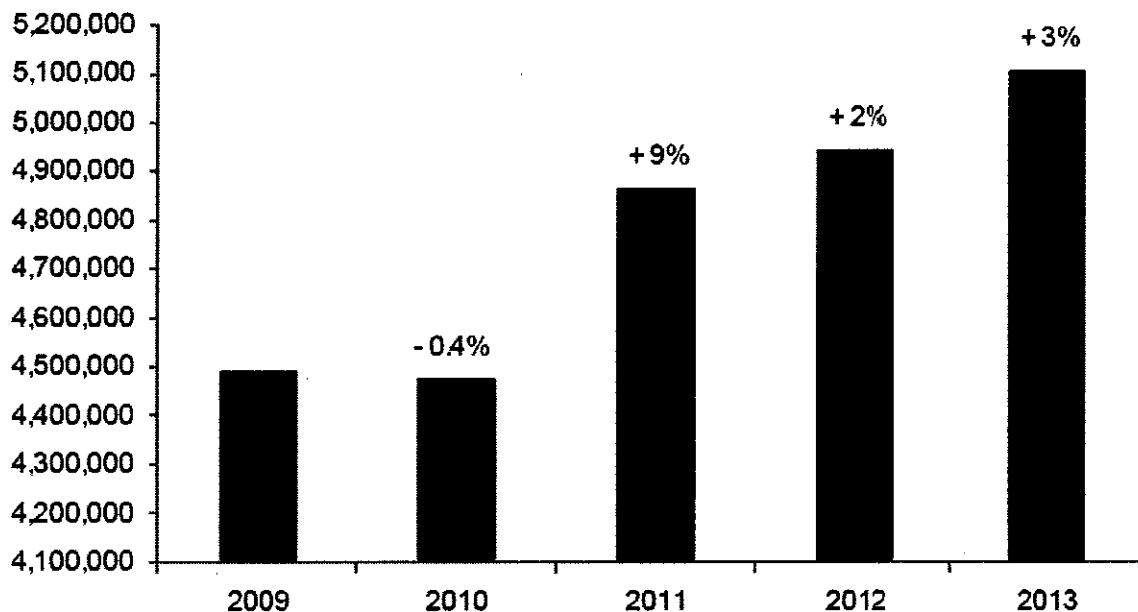
6.4. ПАЗАР НА КОНФЕРЕНТНИ УСЛУГИ В ЛАС ВЕГАС

Докладът за профила на посетителите на Лас Вегас за 2013 г., изготвен от Службата за посетители и срещи на Лас Вегас ни предостави достатъчно информация за търсенето на конферентни услуги в казино дестинация като Лас Вегас. Независимо, че не можем да приемем, че търсенето на комплекса ще бъде подобно на това в Лас Вегас, ние можем да разберем някои модели в търсенето на конферентни услуги, които могат да бъдат приложими и за София.

Според Службата за посетители и срещи на Лас Вегас участващите в срещи, конференции и конвенции са значителен генератор на приходи през седмицата за града. Общият брой на мероприятията в Лас Вегас достигна 22 057 през 2013 г. в сравнение с 21 615, което представлява годишно увеличение от 2%. Търсенето на конферентни услуги е силно зависимо от икономическата среда, като пазарът на конферентни услуги в Лас Вегас пострада от финансовата криза. Въпреки това пазарът се възстановява, тъй като броят на участниците следва положителна тенденция, като през 2013 г., достигна Щ.Д.1 милион, най-високото си ниво от 2008 г. насам

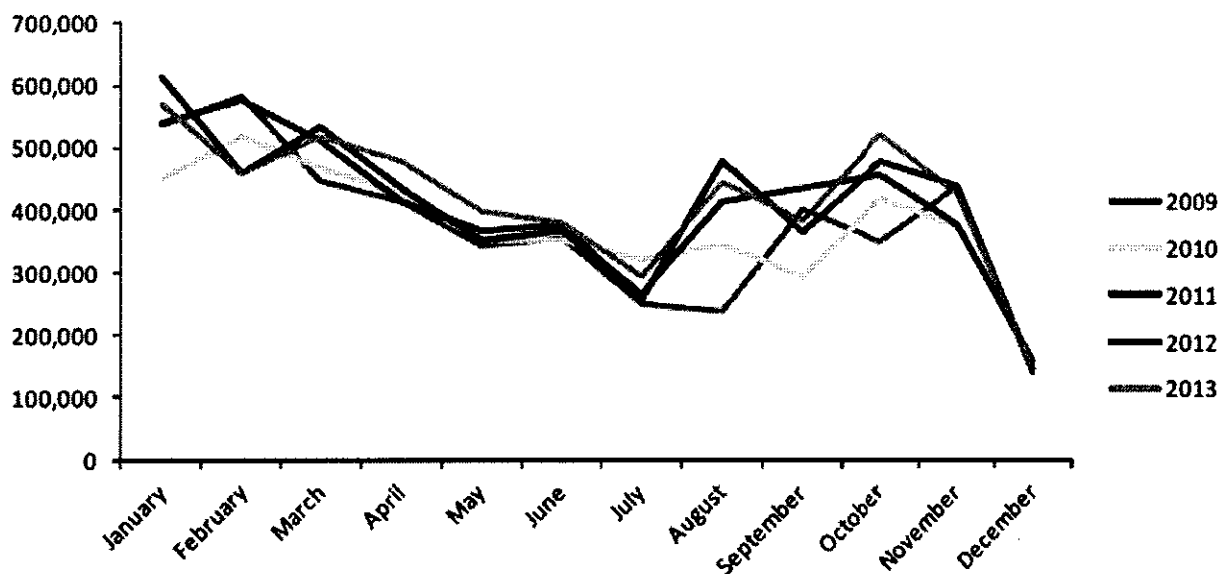


УЧАСТИЕ В КОНФЕРЕНЦИИ В ЛАС ВЕГАС



Както и в повечето градове, търсенето на конферентни услуги в Лас Вегас е сезонен пазар като повечето участващи идват между януари и март и между септември и ноември. Летният сезон е сравнително спокоен, тъй като компаниите не са склонни да организират срещи по това време на годината.

СЕЗОННОСТ В ЛАС ВЕГАС – УЧАСТИЕ В КОНФЕРЕНЦИИ



Източник: Служба Посетители и срещи на Лас Вегас

