

SC פלז'ה קורבו אלפא בע"מ
מספר רישום J/40/6124/2008
ס.י.ו.א.י. 23648827
כתובת: שדרות נ. בלצ'סקו 18
Sc B, Ap 41, Sector 1, Bucharest-Romania

תוכנית עסקית

"פרויקט אלפא"

כפר קורבו – חוף הים השחור

יולי 2008

תקציר ההנהלה

כלכלת רומניה היא, ללא ספק, אחת מה"כוכבים" בעולם ובמיוחד בשוק האירופי של התקופה האחרונה. 8 שנים של גידול כלכלי מתמשך ובר-קיימא של 5.5% - 8.3% לשנה עשו את רומניה למטרה מועדפת להשקעות גדולות בתעשייה, במסחר, בשירותים פיננסיים ובנכסי דלא ניידים (נדל"ן).

עובדות אלו מוכחות גם על ידי הדו"חות, הסטטיסטיקות וסקירות השיאים התקופתיים המופקים על ידי הבנק העולמי, מועצות האיחוד האירופי או על ידי כתבי-העת הנחשבים לעסקים בעולם כולו. באשר לתל"ג (תוצר לאומי גלמי), תמ"ג (תוצר מקומי גלמי), כדאיות ההשקעה, רמת ההשקעות הישירות של גורמי חוץ, התפתחות השוק הקמעוני או שעורי הרווחים של ההשקעות בנדל"ן, רומניה ממוקמת על ידי האנליסטים שוב ושוב במקומות הראשונים בצמרת. להלן דוגמות רלוונטיות אחדות לאישור המצב:

1. אשר להשקעות חוץ, רומניה נמצאת במקום הראשון באירופה בשנת 2007, עם 7.6 מיליארד יורו, לפני מלטה ודנמרק הנמצאות במקום השני והשלישי.

2. בדו"ח השנתי לשנת 2007 של איגוד הקמעונות האירופאי, רומניה נמצאת במקום השני באירופה במונחי הכנסה למטר מרובע של חנות קמעונית, עם 12,000 יורו למטר רבוע (מ"ר) – מיד לאחר צרפת במקום הראשון עם 13,000 יורו למ"ר ולפני ספרד במקום השלישי עם 7,600 יורו למ"ר. זוהי תוצאה שלא תאמן עבור מדינה הנחשבת בעיני אנליסטים עניה מאד ועדיין רחוקה מהסטנדרטים הכלכליים האירופיים. האמת היא ששנים רבות אחרי פתיחת ההיפרמרקט הראשון ברומניה, חברת "מטרו שלם וקח" הודיעה שהריווחיות הגבוהה ביותר בכל הרשת שלה בעולם הושגה בהיפרמרקטים "מטרו קונסטאנצה" ו"מטרו בוקרסט" – שניהם ברומניה.

כיום, השמות המסחריים הגדולים מן השורה הראשונה מתחרים על מקומותיהם בשוק הרומני: קיירפור, בילה, קורה, סלגרוס, קאופלנד, אאוקאן, ריל, בריקוסטור, פרקטיקיר ועוד.

3. צירופה של רומניה לנאט"ו והציפיות לפיתוח כלכלי מואץ לאחר הצטרפותה של רומניה לאיחוד האירופי בשנת 2007 חיזקו את האמון של משקיעים וחברות פרטיים בעתיד הכלכלה של רומניה באופן כללי ובשוק הנדל"ן

הרומני במיוחד. הצורך בפיתוח תשתיות, הדרישה למיליוני מטרים מרובעים לשטחי מסחר קמעוני, משרדים ומחסנים והמחסור ביותר ממיליון יח"ד "פוצצו" את שוק הנדל"ן המקומי ומיקמו את רומניה כ"אחד מחמשת שוקי הנדל"ן האטרקטיביים ביותר בעולם" ("פייננשיאל טיימס", דצמבר 2006).

תוצאה ישירה ומידית של המיליארדים שהושקעו בשוק הנדל"ן המקומי היתה גידול מרשים במחירי נכסי הנדל"ן (עבור מקומות מסויימים – 500 עד 600 אחוזים ואחרים – יותר מ-1000 אחוזים בשנים אחדות), שגרם קורת רוח למשקיעים בשעורי רווח עצומים.

בתקופה 2000 - 2005 המטרה העיקרית של מפתחי הנדל"ן היתה שוק המשרדים והמגורים בבוקרסט, ובהווה הכיוון השתנה לערים מרכזיות אחרות ברומניה ובמיוחד לשטחים עם פוטנציאל תירותי גבוה: הרי הקרפטים ואתרי הסקי בעמק פרחובה מחד גיסא וחוף הים השחור מאידך גיסא. מגמה זו מבוססת על הגורמים הבאים:

❖ לרומניה פוטנציאל תירות גבוה מאוד. מיליוני תיירים שואפים להגיע לאתרי הנופש ולמרחבי הטבע בכל שנה.

❖ כדי לספק את הדרישה ולנצל את הפוטנציאל הכלכלי של התיירות, תשתית התיירות המקומית זקוקה נואשות לפיתוח מואץ: מודרניזציה וחידוש של אתרים ומקומות נופש, בניית אלפי יחידות אירוח חדשות ומקומות בידור ועוד. הבעיה חריפה במיוחד בחוף הים השחור, אזור שבו קיימת דרישה גדולה מאוד לשירותי תיירות אולם סובל ממחסור בשטחי אדמה גדולים בקרבת החוף ומהגבלות מסוימות הנוגעות להגנת הסביבה של שטחי החופים ואזור הדלתה של הדנובה.

❖ אנשי המעמדות החברתיים הגבוהים ומעמדי הביניים, הבאים אחרי שנים אחדות של שיפור מתמשך במצבם הפיננסי וברמת חייהם, מחשיבים את הרכישה של דיור נופש כצעד חשוב, המשיג שלושה יתרונות גם יחד: חיזוק המעמד החברתי שלהם, שיפור חיי המשפחה והשקעה מתגמלת בנדל"ן.

מניתוח של העובדות והגורמים שהוזכרו לעיל, חברת LNG-Invest החליטה לנצל את פוטנציאל ההזדמנויות הקיימות בפיתוח נדל"ן והשקעות בחוף הים השחור. החברה קנתה בחודשים האחרונים כמה חלקות אדמה על יד חוף הים השחור בכפר קורבו. ובאתר הנופש יופיטר. שטח הכפר קורבו זוהה כאחד מן האזורים האחרונים שלא פותחו בחוף הים השחור והוא מציע מרחבי טבע פראיים יחד עם קרבה לאתר הנופש ממאמאיה וקשר מצוין לכביש הראשי A2, לכביש מקונסטנצה לדלתא של הדנובה ולנמל התעופה הבינלאומי "מ. קוגלניצי'אנו".

החברה מתכוונת לפתח את הפרויקט הראשון – פרויקט אלפא – של 58 קוטג'ים על שטח של 15,000 מ"ר, הממוקם במרחק 700 מטר מקו החוף בקורבו.

פרטי הפרויקט העקרים, ההיבטים התפעוליים שיווקים וכספיים של הפרויקט מוצגים ומנותחים בתוכנית עסקית זאת להלן .

תיאור כללי של החברה

LNG – INVEST בע"מ היא חברה שנרשמה ב-2007 וממוקמת בפארק המדע בעיר רחובות. בעלי המניות הם:

1. מר יוסף גל
2. מר יצחק דדוש

פעילותה העיקרית של החברה היא פיתוח פרויקטים בתחום הנדל"ן בישראל ובמזרח אירופה, כאשר הפעילות הראשונית היא ברומניה. חברת LNG כבר השקיעה במספר בניינים בבוקרשט ורכשה מספר חלקות אדמה בשניים מהאזורים האטרקטיביים ביותר בשוק הנדל"ן הרומני: בבראן – אחד מאתרי התיירות המצליחים ביותר בהרים הקרפטיים, ולאורך חוף הים השחור, במיוחד בכפר קורבו וביופיטר.

תוכנית עסקית זו עוסקת באחת החלקות שנרכשה בכפר קורבו, בגודל 15,000 מ"ר, וזו תהיה החלקה הראשונה שתעבור פיתוח לשכונה יפה ומודרנית הכוללת 58 בתי נופש.

שתי חברות בת של LNG – INVEST יהיו מעורבות בפיתוח:

- חברת SC Plaja Corbu Alpha בע"מ – חברה הרשומה ברומניה שהנכס נמצא בבעלותה, והיא תבצע את המכירה ללקוחות הסופיים.
- חברת SC LNG Invest Romania בע"מ – חברת בת ישירה אשר הוקמה בבוקרשט על מנת לספק שירותי בנייה, שיווק וניהול לפרויקטים שלנו, כולל חברת SC Plaja Corbu Alpha בע"מ.

כדי להבטיח את איכות השירות, החברה תעסיק באופן ישיר אנשי סגל מטעמה שיכללו בין השאר:

- מהנדס בניין
- עורך דין
- מנהל שיווק מנוסה
- אנשי מכירות מנוסים
- עובדים אדמיניסטרטיביים ועוזרים

החברה רכשה משרד במרכז בוקרשט, והחל מ-1 באוגוסט 2008 תקים בו את משרדה הראשי. משרד מכירות יפתח באתר הפרויקט, יחד עם הקוטג' לדוגמא אשר יפתח במרץ-אפריל 2009.

תוכנית שיווק

א. תיאור כללי

1. **המיקום:** התיירות ברומניה מתמקדת בנופים הטבעיים הקיימים במדינה ובאתרים ההיסטוריים, הדתיים והארכיטקטוניים הרבים. יעדי המבקרים החשובים ביותר הם:

- ההרים הקרפטיים ואתרי הסקי בעמק פרחובה
- הדלתא של הדנובה, הדלתא הגדולה ביותר והשמורה ביותר באירופה
- אתרי הנופש של הים השחור
- הכנסיות והמנזרים העתיקים הצבועים של מחוזות מולדובה ובוקובינה
- אתרי הספא והבריאות התרמיים (כגון Felix, Baile Herculane, Sovata וכן הלאה)

המגרש בכפר קורבו ממוקם 20 ק"מ בלבד מנמל קונסטאנצה, העיר המרכזית על חופי הים השחור ברומניה, ומציע אפשרות ליהנות בו זמנית משתי האטרקציות התיירותיות הנ"ל: חוף הים השחור והדלתא של הדנובה.

הכפר נמצא במרחק 15 ק"מ בלבד משדה התעופה הבינלאומי Mihail Kogalniceanu, וממוקם היטב יחסית לכביש המהיר A2 (בוקרשט – קונסטאנצה), כמו גם לכביש הראשי העתידי שיחבר בין קונסטאנצה לבין הדלתא של הדנובה. מנקודת מבט זאת, הכפר קורבו מציע פתרונות תחבורה מצוינים, והוא נגיש יותר מאתרי נופש אחרים המצויים בחלקו הדרומי של חוף הים השחור.

2. **האתר:** אזור הפרויקט ממוקם מול החוף, במרחק כ-700 מטרים ממנו. האדמה מסביב עדיין משמשת לחקלאות, אך האזור כולו מתוכנן לשמש ככפר תיירות חדש ומודרני בעתיד הקרוב.

שירותים כמו קווי חשמל ומים עוברים דרך האזור, לא רחוק מאתר הפרויקט. מספר כבישים מובילים ממרכז הכפר אל החוף. שניים מהם צמודים אל האתר.

3. **פיתוח מקומי:** נכון להיום, אין בקרבת האתר פרויקטי נדל"ן חדשים. המידע שהתקבל מהרשויות המקומיות וסוכנויות הנדל"ן מצביע על כך כי בשנתיים האחרונות התבצע מספר עצום של עסקאות קרקע.

חלק מהמשקיעים הם קרנות השקעה בינלאומיות וחברות בנייה מספרד, פורטוגל, דובאי ואיטליה. בנוסף ישנם משקיעים פרטיים מרומניה וארצות אחרות. מספר פרויקטי פיתוח, כולל מלונות, מקומות בילוי ושכונות מגורים, נמצאים כעת בשלבי בדיקה ואישור.

ב. פיתוח נדל"ן לאורך חופי הים השחור

הפריחה בנדל"ן הרומני בשנים האחרונות לא השאירה את חופי הים השחור מחוץ לזירה.

פרויקטים למגורים, הפרויקטים התיירותיים והמבנים המסחריים עברו התפתחות רבה, וניתן לראותם בכל מקום בקונסטאנצה ולאורך הערים שעל החוף כמו מאמאיה, נפטון, אולימפ, קוסטינסטי, סאטורן, אובידיו וכו'. מחקר שוק שנערך בשבוע הראשון של יוני 2008 מדווח על פעילות פיתוח אינטנסיבית ביותר. להלן רשימה חלקית של הפרויקטים שנסקרו ונבדקו במחקר השוק, וכן הפרטים החשובים ביותר אודותיהם (כגון מחיר, מיקום, מספר חדרים ושטחים):

פרויקטים בתחום הבנייה

הפרויקט	מיקום	מפתח ונתונים כלליים	מחיר ביורו	מחיר מ"ר
Pelican Summer House	Mamaia - Central	Petline srl. – 30 apt. 2r – 105-106 sqm	2r -212,000	2,000
Sara Sea View	Olimp	Extensio RE Develop. – 135 apt. 2r – 82-85 sqm 3r – 123-135 sqm	2r -125,000 3r -195,000	1,500
Sea Breeze Resort	Mamaia North-Navodari	BSDG Company – 100 apt. 2r – 100 sqm 3r – 150-166 sqm	2r-120-150,000 3r-200-250,000	1,350
Alessio Residence	Costinesti	Vigroup – 68 apt 1r – 43 sqm 2r – 52-54 sqm	1r-73,000 2r-90,000	1,700
Edoardo Residence	Costinesti	Vigroup – 294 apt + 18 duplex 1r – 38 sqm 2r – 51-67 sqm	1r-56,500 2r-75-99,000	1,450
Alessandro Residence	Costinesti	Vigroup – 83 apt 1r – 50 sqm 2r – 62-70 sqm	1r-71,000 2r-88-102,000	1,450
Eleonora Residence	Costinesti	Vigroup – 70 apt 1r – 40-48 sqm 2r – 66 sqm	1r-78-85,000 2r-133,000	2,000

Francesca Residence	Costinesti	Vigroup – 70 apt 1r – 41-50 sqm	1r-85-100,000	2,000
Sofia Residence	Saturn	Vigroup – 100 apt 1r- 32 sqm 2r- 44-47 sqm	1r-39,000 2r-50-59,000	1,200
Spectrum Residence	Constanta - Mamaia	5Holdings srl. – 325 apt 2r – 90-113 sqm 3r – 137-180 sqm	2r-193-200,000 3r-240-300,000	2,000
Mamaia Summer Land	Mamaia North	Stop srl. – 320 apt 2r – 77 sqm 3r – 123-133 sqm	2r-105-120,000 3r-185-195,000	1,500
Mamaia Summer Land 2	Mamaia North	Triumf Costruct – 400 apt 2-3r, 63-130 sqm		1,500
Tomis Plus	Constanta	Tomis Development – 1,218 apt 2r- 60 sqm 3r- 82 sqm	2r-81,000 3r-111,000	1,350
Cronos Plaza	Olimp	MediaCity Trust – 80 apt 2r – 75-114 sqm	2r-90-139,000	1,200
Neptun Plaza	Neptun	Imobiliara srl – 152 apt 2r – 62 sqm 3r – 80-82 sqm	2r-64-70,000 3r-90-95,000	1,150
Sun Gardens	Costinesti	RomDeals srl – 18 apt 1r - 59 sqm 2r – 92 sqm	1r-55,000 2r-90,000	1,000
Orion	Constanta	Alcor Developm. – 106 apt 2r – 97 sqm	2r-138,000	1,400
Avalon Beach Plaza	Olimp	Homes4U (Spain) – 800 apt 2r – 87-95 sqm 3r – 150-160 sqm	2r-108-128,000 3r-180-192,000	1,200
Casablanca	Costinesti	Moscopolis – 44 apt 1r – 42-46 sqm (balcony 30-50) 2r – 62 sqm (balcony 30-50)	1r-105,000 2r-163,000	1,400
Acapulco	Costinesti	Moscopolis – 49 apt 2r – 53 sqm +b 3r – 82 sqm +b	2r-82-91,000 3r-123-132,000	1,400
Boreal	Constanta - Ovidiu	Impact SA – 173 vilas 3r – 117 sqm +280 sqm land	3r-150,000	1,280
Coral Residence	Constanta-Mamaia	Meteor srl – 57 apt 1r - 48-52 sqm 2r – 65-72 sqm	1r-79-94,000 2r-112-120,000	1,700
Del Sole	Cumpana	Sunrise Investments – 400 vilas Costr. Sqm – 130-180 sqm Land Sqm – 300-500 sqm		1,300
Oasis	Constanta - Ovidiu	Westhouse – 409 apt 1r – 48-58 (b 0/7) 2r – 96-116 (b 17/35) 3r – 110-196 (b 8/47)	1r-56-74,000 2r-97-160,000 3r-100-218,000	1,200
Corallia	Mamaia	Westhouse – 36 apt 2r – 69-86 sqm 3r – 169-315 sqm	2r-155-170,000 3r-183-196,000	2,100

North Park Residence	Eforie Nord	Monopoly Int. – 18 apt 2r – 92 sqm 3r – 103 sqm	2r-109,000 3r-123,000	1,190
Sea Twins	Mamaia North - Navodari	Podmir (Israel) – 140 apt They didn't start yet, just promoting		1,666
Magic Tomis Nord	Constanta	Eurostyle – 100 apt 1r – 46-51 sqm 2r – 97-110 sqm 3r – 130-135 sqm	1r-59,500 2r-124,000 3r-165,000	1,240
Blue Lagoon	Mamaia North - Navodari	Moglan srl – 60 apt 1r – 40-60 sqm 2r – 68-80 sqm	1r-75,000 2r-100-120,000	1,500
Ambient Residence	Constanta	Coriax – 36 apt 2r – 80 sqm 3r – 101 sqm	2r-108,000 3r-136,000	1,350
Siutghiol Residence	Mamaia North	Romstyle – 45 apt 2r – 60 sqm + b 15 sqm 3r – 120 sqm + b 42 sqm	2r-92,700 3r-187,000	1,350

המסקנות ממחקר השוק ומהמידע שהתקבל מהגורמים המעורבים בשוק הנדל"ן המקומי הם כדלהלן:

1. במהלך תקופת המחקר, כ-5500 יחידות היו בתהליכי בנייה בקונסטאנצה ובערי הנופש העיקריות האחרות שלאורך החוף.

על פי דיווחי מחלקות המכירות (דיווחים רשמיים ובלתי רשמיים), 35-40% מהיחידות כבר נמכרו, או שנעשתה בגינן הזמנה.

2. רק 10% מהיחידות הן וילות או קוטג'ים. כל השאר הן דירות בנות 1-5 חדרים בפרויקטים בינוניים או גדולים. עובדה מעניינת: שיעור המכירות של וילות / קוטג'ים בפרויקט Del Sole אשר בכפר קומפאנה הוא 100% (בשלב הראשון 70 יחידות), ואילו בפרויקט Boreal ובשכונת Tomis Plus אשר שניהם ממוקמים בקרבת העיר אובידיו, שיעור המכירה הוא 90%.

3. נכון להיום, רק מספר קטן של "שמות גדולים" עוסקים בפיתוח פרויקטי נדל"ן לאורך חופי הים השחור, כמו Westhouse (בריטניה), Impact SA (רומניה) או Vigroup (ספרד). שאר חברות הבנייה הן קטנות עד בינוניות.

4. כמות הדירות שנמכרו בעלות 1 או 2 חדרים כפולה מזו של דירות בעלות 3 עד 5 חדרים, והדבר מראה מצד אחד על העדפה לדירות נופש קטנות או בינוניות, ומצד שני על הקושי למכור דירות נופש במחיר של 200,000 יורו או יותר.
5. 90% מפעילות השיווק והמכירה נעשית דרך סוכנויות נדל"ן מקומיות, וחלק קטן מהפעילות נעשה מבוקרשט. פרסום החוצות וכן פרסום בעיתונות המקומית והמקצועית מהווים את אסטרטגיית השיווק העיקרית. פעילות המכירה באתר עצמו ובאתרי הנופש לאורך החוף חלשה, וכמעט אינה קיימת לפחות 10 חודשים בשנה.
6. רק 5 אתרי בנייה כוללים קוטג' לדוגמא ומשרד מכירות מקומי.
7. קיימים הבדלים גדולים בין שטחן נטו של הדירות לבין השטח ברוטו במ"ר אשר נמכר לקונים. עובדה זו מגבירה את המלאכותיות במחירו הסופי של הנכס.
8. פרויקטי הוילות / קוטג'ים ממוקמים בדרך כלל בקו השני או השלישי מבחינת הקרבה לחוף, בערים או כפרים כמו אובידיו, קומפאנה, קוסטינסטי ונאבודארי. הסיבות העיקריות לכך נעוצות בהעדר מגרשים

גדולים בקרבת החוף, או במקרים בודדים, המחיר הגבוה למ"ר. באזור קוסטינסטי או מאמיה, ניתן למצוא רק פרויקטים קטנים של קוטג'ים (2 עד 6 יחידות), במחיר התחלתי של 250,000 עד 280,000 יורו ליחידה.

ג. הלקוחות

מחקר השוק מזהה 3 קטגוריות עיקריות של קונים פוטנציאליים לקוטג' נופש בחוף הים השחור:

1. **משקיעים זרים:** מגיעים מארצות מערב אירופה כגון בריטניה, אירלנד, ספרד, איטליה, אוסטריה וכן מישראל. חלקם הם אנשים פרטיים בגילאי 50+ (במיוחד מאזור בריטניה) המשקיעים בקוטג' נופש מתוך כוונה להתגורר בה מספר חודשים בשנה, בעונת הקיץ, בקרבת החוף, וליהנות מהשמש והים. אלה הם שחקנים פעילים מאד בשווקי הנדל"ן לאורך חופי בולגריה, יוון, טורקיה, קפריסין וספרד.

משקיעים אחרים מבצעים רכישות מסיבות כלכליות, מתוך ציפייה לדמי שכירות שנתית גבוהים, בנוסף לעלייה משמעותית במחיר הנכס בשנים הבאות.

2. **בני המעמד הגבוה של רומניה:** רובם בגילאי 40-45, בעלי עסקים או נושאי משרות ניהול בכירות, פוליטיקאים, כוכבי בידור או ספורטאים מצליחים. בני המעמד הגבוה של רומניה הם הלקוח האידיאלי למוצרי ושירותי יוקרה, והם לא חוסכים זמן וכסף כאשר מדובר על שידרוג איכות החיים ורכישת מוצרי יוקרה.

עשיית רושם היא חלק מאורח חייהם, והצורך לראות ולהיראות הוא אחד הדברים החשובים ביותר המניעים אותם. הם קונים קוטג'ים יקרים ביותר, מוציאים הון עתק על עיצוב הפנים והרהיטים, נוהגים במכוניות מסוג מסרטי, בנטלי או לפחות מרצדס, ורוכשים את בגדיהם אצל ארמני או הוגו בוס. ובין סופשבוע בדובאי לבין טיול בבאלי, הם מבליים כמה שעות עם חבריהם בקוטג' הנופש שלהם בפויאנה בראשוב, בראן, מאמיה, או באתרי נופש אחרים לחוף הים השחור.

בדרך כלל אלה הם הלקוחות לדירות הגדולות יותר, לילות או לפנטהאוזים, ולא לדירות סטודיו או דירות בנות חדר שינה אחד. התפתחותה המואצת של קורבו תגרום להם להיות הראשונים שם.

3. **לקוחות ממעמד הביניים של רומניה:** הצמיחה הכלכלית ב-8 השנים האחרונות, "פלישתן" של החברות הרב-לאומיות, וההשקעות בסכומים של מיליארדים לפני ואחרי ההצטרפות לאיחוד האירופי, הם הגורמים העיקריים שהאיצו את התפתחותו של מעמד ביניים גדול ברומניה.

אלה הם אנשים בעלי משרות ניהול בכירות או מדרגי הביניים, בעלי מקצועות חופשיים (כמו עורכי דין, רופאים, רואי חשבון או יועצים פיננסיים), מומחי IT ובעלי עסקים קטנים או בינוניים. בני מעמד הביניים נהנו לאחרונה מעלייה מתמדת בהכנסות המשפחה, וכן משיפור משמעותי ברמת החיים. מכונית חדשה אחת או שתיים למשפחה, חברות בספא או במועדון בריאות – דברים אלה כבר אינם בגדר חלומות עבור אנשים אלה.

נסיעות, טיולים וסופי שבוע באתרי הנופש של ההרים הקרפטיים או של חופי הים השחור הם חלק מברירות הבילוי המועדפות עליהם, ורכישת קוטג' נופש (לבד או יחד עם כמה חברים) מהווה רק צעד אחד נוסף מבחינתם. לאור העובדה שרובם הם בעלי משפחות צעירות (גילאי 30-40), עם ילד אחד או שניים, וכן בהתאם להכנסתם השנתית, בני המעמד הבינוני הם לקוחות קלאסיים לבתי נופש קטנים או בינוניים בגודלם.

ד. הפרויקט

בהתבסס על תוצאות מחקר השוק וניתוח פרופיל לקוחות היעד, החליטה החברה לפתח את השלב הראשון בפרויקט (המכונה "אלפא") באופן הבא:

1. שלב "אלפא" ייבנה על גבי שטח כולל של 15,000 מ"ר (ראו פירוט בנספח 2).
2. "אלפא" יכלול 58 יחידות, ספא וכן מדרחוב שיאפשר גישה לשכונה.
3. בשלב זה יהיו שני סוגי יחידות:
 - "אלפא קטן" – 46 יחידות – 90 מ"ר שטח בנוי, G + 1, על שטח אדמה של 200 מ"ר
 - "אלפא גדול" – 12 יחידות – 110 מ"ר שטח בנוי, G + 1, על שטח אדמה של 250 מ"ר
4. הספא יהיה ממוקם במרכז הפרויקט, בשטח של 300 מ"ר.
5. מדרחוב שגודלו יהיה 487 מ' X 5 מ' יאפשר גישה לשכונה.

תוכנית הבנייה – שלב אלפא

סה"כ שטח אדמה	מס' יחידות	שטח אדמה	שטח בנוי סה"כ	מס' יחידות	שטח בנוי	
9,200	46	200	4,140	46	90	אלפא קטן
3,000	12	250	1,320	12	110	אלפא גדול
300	1	300	72	1	72	ספא
2,500	1	2,500	2,500	1	2,500	מדרחוב
12,200	58		5,460	58		סה"כ יחידות
2,800	2		2,572	2		סה"כ מתקנים

6. הסיבות העיקריות למבנה זה של שלב אלפא הן:

6.1 הדרישה לזיליות / קוטג'ים גבוה משמעותית מהדרישה לדירות.

6.2 ההיצע בחוף הים השחור באזור זה הוא מועט, וכאשר הוא קיים הוא יקר מאד.

6.3 מכירת יחידות קוטג'ים תבטל ב-90% את הצורך להתחרות בעשרות פרויקטים של דירות בבנייה או שבנייתם הסתיימה, וכן את הסיכון הכרוך בכך.

6.4 ע"י שימוש בטכנולוגיות מודרניות ובמבנים העומדים בסטנדרטים בינלאומיים, החברה תמנע את הבעיות הבאות:

- מחסור בכוח אדם
- עיכוב במסירת הקוטג'ים
- העלייה המתמשכת במחירי חומרי הגלם לבנייה

6.5 מחיר המכירה הממוצע לקוטג' יהיה אטרקטיבי יותר עבור הלקוחות, ותחרותי מאד יחסית למחירי הדירות.

6.6 זמן האספקה הקצר (3-4 חודשים ממועד חתימת חוזה הרכישה) יבטל את הצורך בקווי אשראי ארוכי טווח ויחסוך תשלומי ריבית גבוהים.

6.7 ארבעים ושש הקוטג'ים הקטנים ("אלפא קטן") מיועדים ללקוחות מהמעמד הבינוני. 12 הקוטג'ים הגדולים ("אלפא גדול") מיועדים ללקוחות זרים וללקוחות מהמעמד הגבוה של רומניה.

7. כדי להבטיח את כדאיות ההשקעה ואיכות הנכס לאורך זמן, החברה תספק את

השירותים הבאים לאחר שלב המכירה:

- ניהול שוטף של הפרויקט
- שירותי אבטחה
- שירותי תחזוקה וניקיון
- שירותי השכרה ומכירה

ה. ניתוח SWOT (יתרונות, נקודות חולשה, הזדמנויות, סיכונים)

הגורם	פרויקט אלפא	יתרון	נקודות חולשה	מתחרים	חשיבות ללקוח
סוג היחידה	קוטג'	- דרישה גבוהה - פקטור של מעמד חברתי גבוה - פרטיות		90% דירות	1
גודל	90 עד 110 מ"ר - 3 או 4 חדרים	- אזור מגורים גדול - יחס נמוך מ"ר נטו/ברוטו - פרטיות לכל המשפחה		- בדרך כלל מציעים 2 או 3 חדרים בגודל זה - יחס גבוה מ"ר נטו/ברוטו	2
איכות	- טכנולוגיות חדשות ומודרניות - היחידה מיצרת ע"י יצרנים גרמניים / אוסטריים - אחריות ל-20 עד 30 שנה	- עיצוב חומרים אחריות - אספקה מהירה - פונקציונאליות	השוק המקומי אינו רגיל לסוג זה של בנייה	- בנייה קונבנציונאלית - איכות בינונית/נמוכה - עקב העדר עובדים מנסים - עיכובים מהותיים במסירה	2
מיקום	הכפר קורבו	- חוף פראי / טבעי האחרון - כל האזור החדש של קורבו יהיה מודרני, כולל התשתית	- אין מתקני בידור - Petromidia - זמן רב יעבור עד הפיתוח הסופי - העדר תשתית	- פרויקטים של קוטג'ים רחוקים מהחוף - תשתית ישנה - עומס תנועה בדרך לכל אתרי הנופש בדרום - מחירי נכסים גבוהים יותר, במיוחד במאמיה ונפטון	1
גישה ותחבורה	- גישה טובה אל A2 או E60 - גישה טובה אל E87 - לאזור הדלתא - 15 ק"מ משדה התעופה הבינלאומי	- קל יותר להגיע אל קורבו מאשר לאתרי נופש אחרים - גישה מהירה לדלתא היפה ביותר באירופה - מרחק 35 דק' טיסה מבוקרשט	אין שירותי תחבורה מקומיים	- עומס תנועה כבד בעונה - אין אלטרנטיבות לגישה מהירה לשדה התעופה ולדלתא	2
מחיר	מחיר יעד של	מחיר תחרותי		1800 עד 2300 יורו	1

	במאמיה 1500 עד 1600 יורו + מע"מ באתרי יוקרה אחרים 900 עד 1100 עבור דירות בדרום (סאטורן, ג'ופיטר)		לקוטג'	1200 יורו + מע"מ למ"ר	
3	קיימים רק מעט שמות מותג בבנייה בחוף כעת יזמים לא ידועים רבים מתורכיה, ספרד א יוון	אין שם המבוסס על פרויקטים אין היסטוריה מוכחת	הישראלים ידועים כמפתחי נדל"ן מנוסים וחזקים פיננסית	חברה חדשה בעלים ישראלים	השם ואמינות החברה

הערה: חשיבות ללקוח – 1 – קריטי ביותר ... 5 = לא חשוב במיוחד

1. אסטרטגית שיווק

בהתאם לתוצאות מחקר השוק ולניתוח ה-SWOT, האסטרטגיה השיווקית תביא בחשבון את הגורמים הבאים:

1. הנוכחות באתר – לפחות בסופי שבוע ובתקופות החגים – היא צורך קריטי.
2. עונת הקיץ תהיה תקופת שיא מבחינת מאמצי המכירות האגרסיביים בחוף הים השחור, אך היא תיתמך על ידי פעילות מכירות מתמשכת לאורך השנה כולה בבוקרשט ובערים מרכזיות אחרות ברומניה.
3. נוכחותו של קוטג' אחד שישמש "קוטג' לדוגמא" באתר בהקדם האפשרי היא נושא בעל חשיבות עליונה, מכיוון שהדבר יאפשר פעילויות קידום מכירות (כגון "יום סיור למשקיעים" או "בואו לבקר אותנו בסופ"ש הקרוב!").
4. המסרים השיווקיים העיקריים יהיו כדלקמן:
 - (1) "קורבו – ההזדמנות האחרונה לקוטג' משלכם ליד חוף הים השחור!"
 - (2) "קורבו – נצלו את הלהיט הבא לחוף הים השחור"
 - (3) "קורבו – קוטג' לכל החיים על החוף – במחיר נמוך יותר מדירת סטודיו בבוקרשט!"
5. בנוסף ליכולות המכירה של החברה, תיצור החברה קשר עם סוכנויות נדל"ן בעלות מוניטין מאזור קונסטאנצה ומהערים המרכזיות ברומניה (בוקרשט, בראשוב, קלוז', טימישוארה, יאסי) לצורך שיתוף פעולה על בסיס עמלות.
6. החברה תיצור קשר עם מתווכי נדל"ן מבריטניה, גרמניה וישראל בכדי לקדם את הפרויקט במדינות אלה.
7. השיווק המקומי של הפרויקט ברומניה יתבסס על הנקודות הבאות:
 - (1) דיוור ישיר למנהלים בכירים בתעשיית ה-IT, בבנקים, בתחום הקמעונאי, בחברות הביטוח, בשירותים הפיננסיים, מוסדות הבריאות ועוד.
 - (2) פעולות יחסי ציבור שיכריזו על תחילת המכירות, על פתיחת הקוטג' לדוגמא, על אנשים מפורסמים שרכשו יחידה ועל מבצעי מכירה מיוחדים.
 - (3) מינשרים יחולקו במרכזי תיירות ומלונות לאורך החוף.
 - (4) ייעשה שימוש בפרסום חוצות בצמתים הראשיים בקרבת קונסטאנצה, מאמאיה ונאבודארי, אשר יפנו את הלקוחות הפוטנציאליים לקוטג' לדוגמא באתר הפרויקט.
 - (5) אתר אינטרנט אינטראקטיבי יכלול מצגת מולטימדיה של הפרויקט ויאפשר קשר ישיר עם הלקוחות.

(6) פרסום במדיה יתבצע בחסות קבלן הבנייה, הבנק שיציע את המשכנתאות ויספק לפרויקט את השירותים הפיננסיים וספקים אחרים. מועד הפרסום יהיה ביוני עד אוגוסט, בעיתונים, תחנות טלוויזיה ותחנות רדיו ארציים.

(7) החברה תשתתף באופן ישיר, או באמצעות סוכנויות הנדל"ן, ברוב תערוכות וירידי הנדל"ן בערים המרכזיות של רומניה במהלך השנה כולה.

ז. תמחיר

בהתבסס על ציפיות החברה, על היחס בין ההיצע לבין הביקוש ועל מחירי המתחרים, קבעה החברה מחיר יעד ממוצע של 1200 יורו + מע"מ למ"ר בנוי.

מבצעים לרגל פתיחת הפרויקט ו/או מבצעים מיוחדים אחרים במהלך ירידי נדל"ן או בחוזים הכוללים יותר מיחידה אחת יהיו על בסיס הנחה של 5-9%, אך בשום מקרה לא פחות מ-1100 יורו למ"ר בנוי.

המחירים יהיו רלוונטיים עד אשר תושג נקודת האיזון של הפרויקט. לאחר מכן תישקל מחדש אסטרטגיית התמחור עבור התקופה הבאה.

ח. תקציב השיווק

תקציב השיווק נקבע ל 8% מכלל ההכנסות של שלב אלפא, כלומר:
5460 מ"ר בנוי X מחיר ממוצע של 1200 יורו למ"ר X 8% = 524,160 יורו
המרכיבים העיקריים בתקציב יהיו כדלקמן:

1. עלויות מכירה ישירות = 189,700 יורו (36.20%)
2. עלויות קידום מכירות = 269,213 יורו (51.36%)
3. תקציב רזרבי = 65,247 יורו (12.44%)

סך הכול = 524,160 יורו (100%)

מבנה תקציב השיווק

מחזור מהתקציב	עלות בירו	פירוט	המרכיב
2.75	14,400	2 אנשים X 600 יורו X 12 חודשים	<u>עלויות מכירה ישירות</u> משכורות קבועות: עמלות פנימיות: עמלות לסוכנויות הנדל"ן: עמלות לחברת הפיקוח: עמלות "חבר מביא חבר":
6.25	32,760	1% מהמכירה X 50% מהמכירות	
12.50	65,520	2% מהמכירה X 50% מהמכירות	
12.50	65,520	1% מהמכירה X 100% מהמכירות	
2.20	11,500	500 יורו X 23 מכירות (40%)	
36.20	189,700		סה"כ
6.44	33,750	15,000 יחידות X 2.25 יורו	<u>עלויות קידום מכירות</u> פרוספקטים מינשרים (פליירים) פרסום חוצות
5.72	30,000	30,000 יחידות X 1.00 יורו	
4.76	25,000	4 גדולים X 4000 יורו בשנה 6 קטנים X 1500 יורו בשנה	
2.87	15,000	10 בשנה X 1500 יורו	תערוכות וירידים
3.81	20,000	10,000 X 2 יורו ליחידה	דיוור ישיר
0.57	3,000	עיצוב ובנייה	אתר אינטרנט
2.87	15,000	תחבורה, מארחת, מתנות	מבצעי "בקרו באלפא"
5.72	30,000	10,000 חולצות T וכובעים X 3 יורו ליחידה	מוצרי פרסום
2.87	15,000	על בסיס שנתי או לפי אירוע	יחסי ציבור
15.73	82,463	עיתונים / טלוויזיה / רדיו	פרסום במדיה
51.36	269,213		סה"כ
12.44	65,247		<u>תקציב רזרבי</u>
100.00	524,160		<u>סה"כ תקציב שיווק</u>