

S.R.L. ARENA NAȚIONALĂ



ELABORAT:

Administrator interimar

Sergiu STANCIU



PLAN DE AFACERI **2024 – 2026**

APROBAT:

la Ședința Consiliului Societății
Proces verbal nr. 06 din 21.06.2024

APROBAT:

la Adunarea Generală
a asociaților din 03 iulie 2024

CHIȘINĂU 2024

A. DESCRIEREA SOCIETĂȚII ȘI A PRODUSELOR / SERVICIILOR

I. DATE DE IDENTIFICARE

1. Numele entității: S.R.L. ARENA NAȚIONALĂ
2. Forma juridică de constituire a entității: Societate cu Răspundere Limitată
3. Activitatea principală a entității și codul CAEN al activității principale:
 1. Închirierea și exploatarea bunurilor imobiliare proprii sau închiriate; 68.20
 2. Activități de gestionare a sălilor de spectacole; 90.04
 3. Alte activități recreative și distractive n.c.a.; 93.29
 4. Activități ale cluburilor sportive; 93.12
 5. Activități de organizare a expozițiilor, târgurilor și congreselor; 82.30
4. Valoarea capitalului social: 899 965 451 lei.
5. Persoană de contact/ adresa/ număr telefon/ adresa e-mail:
STANCIU Sergiu, tel: 069917794, email: stanciusmail@gmail.com

II. PRODUSE, VIZIUNE, STRATEGIE

A II.1. Esența afacerii

Conceptul de dezvoltare a complexului ”CHISINĂU ARENA” este fondat pe îmbinarea eficientă între sport, afaceri și divertisment, consacrat să creeze un mediu propice pentru concurență și mediul de afaceri.

Strategia complexului ”CHISINĂU ARENA” vizează obiectivul de a deveni o verigă importantă, cu un rol major, pe piața activităților sportive și de divertisment din Republica Moldova, contribuind la dezvoltarea rețelei construite în jurul a trei variabile interconectate: actori, activități și resurse.

Pe lângă livrarea unei oferte pentru evenimente sportive și culturale complexul este dotat cu active formatoare a perspectivei de afaceri, cum ar fi: bazin olimpic cu Aqua Park, piscină, Amfiteatru, corturi pentru tenis, club de fitness cu Welles Spa, birouri, săli pentru presă și conferințe, spații pentru alimentație publică, săli de sport, spații în aer liber, spații pentru activități propice mediului de afaceri.

Conceptul ”CHISINĂU ARENA” gravitează în jurul ideii de a deveni un hub important de evenimente, încorporat într-o rețea de afaceri cu participarea diferitor actori, resurse și activități atât pe plan național și regional, cât și internațional. ”CHISINĂU ARENA” urmează să devină nucleul formator pentru clusterul activităților de divertisment sportiv și cultural al Republicii Moldova.

O mare parte a plus valorii create astăzi în industria serviciilor se realizează între companii (B2B) și între companii și clienți (B2C). Cele mai multe companii sunt dependente de resurse deținute de alți actori. Iar pentru a obține acces la aceste resurse, companiile trebuie să interacționeze în cadrul rețelilor de relații.

Astfel că complexul ”CHISINĂU ARENA” urmează să devină un pilon esențial al clusterului industriei serviciilor de agrement și sportive din Republica Moldova prin a oferi actorilor resursa esențială – infrastructura modernă și de calitate cu dotările esențiale.

ARENA MARE este cea mai mare sală de evenimente din Republica Moldova dotată cu tehnologii moderne, ce îndeplinește toate criteriile de proiectare stabilite de către Federația Internațională de Baschet și Federația Internațională de Volei. ARENA MARE poate găzdui un număr divers de persoane, în funcție de configurația și specificul evenimentului.

Avantaje:

- Sistemul sonor modern
- Sistem de iluminare standard sală
- Panouri multimedia
- Tribune telescopice

Possibilități:

Organizarea meciurilor și competițiilor sportive – 4000 de spectatori

Organizarea conferințelor și spectacolelor – 4750 de spectatori

Organizarea concertelor – 7500 de spectatori

ARENA MICA are o capacitate mai mică, arena de antrenamente este dotată cu toate tehnologiile necesare pentru a fi gazda unor evenimente cu un public mai redus.

Avantaje:

- Sistemul sonor modern
- Sistem de iluminare standard sală
- Posibilitatea de a configura spațiul în funcție de tipul evenimentului

Possibilități:

Conferințe – 1275 de spectatori

Meciuri și competiții sportive – 275 de spectatori

AQUA CENTER

Multifuncționalitatea centrului permite îmbinarea sportului și activităților de recreere. Aici sunt amenajate spații pentru activități sportive și de divertisment destinate pentru diferite categorii de vârstă. Edificiul este dotat cu sală de conferințe, vestiare, garderobă, băi și wc-uri, spațiile fiind adaptate pentru utilizarea lor de către persoanele cu necesități speciale. Tribunele permit organizarea competițiilor cu un public ce depășește 500 de spectatori.

AQUA CENTRU are un potențial imens datorită facilităților sale variate. Prin gestionarea eficientă, dezvoltarea unor activități interioare speciale sau competiții în interior în sezonul rece pentru a menține interesul clienților și explorarea de noi oportunități, centrul poate să-și extindă influența și să devină o destinație preferată pentru o varietate de activități recreative și sportive.

Bazinul olimpic

Singurul bazin olimpic din țară cu o lungime de 50 metri și adâncime de 2.10 metri dotat cu 10 culoare pentru antrenamente de performanță.

Datorită acestor 10 culoare, bazinul olimpic oferă spațiu suficient pentru antrenamentele riguroase ale înotătorilor de performanță, inclusiv pentru cei care se pregătesc pentru competiții importante. Cu dimensiuni atât de generoase, acest bazin oferă condiții ideale pentru îmbunătățirea tehnicilor de mot și pentru atingerea performanțelor maxime.

Cu toate acestea, nu este destinat doar profesioniștilor. Amatorii de înot se vor simți la fel de bineveniți, având ocazia să se bucure de un mediu prietenos și relaxant. Într-un bazin olimpic cu o adâncime considerabilă, toți vizitatorii pot înota confortabil și se pot distra în voie.

Accesul publicului la bazinul olimpic este disponibil individual ori cu antrenor fiind disponibilă și închirierea culoarelor pentru antrenamente în grup.

Bazinul de antrenamente

Bazinul are adâncimea de 1.30 metri și lungimea de 25 metri fiind divizat în 2 culoare. Acesta poate fi utilizat pentru antrenamentele înotătorilor începători și copiilor.

Vizitatorii au opțiunea de a alege între sesiuni de antrenament individuale sau sesiuni desfășurate sub îndrumarea unui antrenor dedicat, adaptate diferitelor grupe de vârstă, începând de la copii preșcolari și până la adolescenți și adulți, oferind astfel instruire pentru toate categoriile de vârstă.

Aqua Park

Aqua Park-ul constă dintr-un tobogan cu benzi multiple și o piscină, este amplasat în interiorul complexului, dotat cu un sistem de încălzire a apei. Este o destinație minunată pentru distracția copiilor, oferind o experiență acvatică captivantă într-un mediu cald și confortabil.

Unicul Aqua Park din oraș care oferă publicului posibilitatea de a se bucura de toate acestea și a împărtăși cu prietenii bucuria de a ne amuza în apă indiferent de capriciile vremii de afară.

Piscina încălzită este o adevărată plăcere, cu apa sa caldă care te îmbrățișează plăcut și îți permite să înoți și să te joci în voie. Este un loc perfect pentru copii să-și dezvolte abilitățile de înot sau pentru familia să se relaxeze într-o atmosferă plăcută și protejată.

Pe durata sezonului rece, Aqua parcul își întrerupe activitatea.

Piscina exterioară

Zonă de relaxare destinată familiilor, cu adâncimea de 1.60 metri. Piscina este amenajată sub un acoperiș deschis, fiind dotată cu sezlonguri pe perimetru.

Piscina din cadrul complexului este un loc ideal pentru petrecerea timpului liber în aer liber, mai ales în zilele călduroase de vară. Această amenajare oferă o oază de răcorire și recreere pentru întreaga familie.

Piscina în aer liber este disponibilă pentru utilizare în perioada caldă a anului.

Sală de forță/ Fitness Arena

Dotată cu echipamente moderne, precum benzi de alergare, biciclete eliptice, biciclete fitness și steppere, această zonă oferă o experiență plăcută pentru menținerea stării de sănătate și energizare.

TENNIS CLUB

Clubul de tenis este unul dintre cele mai mari cluburi de tenis din Republica Moldova. Cu o suprafață de **835 m²**, complexul Clubului de Tenis include **7 terenuri** de antrenament, o clădire a Clubului de Tenis și un **teren principal de tenis**, potrivit pentru competiții internaționale. Edificiul este dotat cu vestiare, dușuri și wc-uri, spațiile fiind adaptate pentru utilizarea lor de către persoanele cu necesități speciale.

Clubul de Tenis dispune de terenuri de calitate, antrenori profesioniști și toate facilitățile necesare pentru ca iubitorii de tenis să-și perfecționeze abilitățile și să participe la competiții locale și internaționale.

TennisClub este unul dintre cele mai prestigioase și bine echipate cluburi de tenis din Republica Moldova, renumit pentru facilitățile sale de primă clasă și pentru standardele ridicate în ceea ce privește antrenamentul și competițiile. Amplasat pe o suprafață generoasă de 835 de metri pătrați, complexul oferă o gamă variată de facilități pentru a satisface nevoile și aspirațiile jucătorilor de tenis de toate nivelurile.

Cu un total de 7 terenuri de antrenament, incluzând un teren principal de tenis omologat pentru competiții internaționale, TennisClub oferă un mediu ideal pentru antrenament și competiții. Clădirea clubului este echipată cu vestiare spațioase, dușuri și toalete, toate adaptate pentru accesul persoanelor cu nevoi speciale, asigurând o experiență confortabilă pentru toți membrii și vizitatorii Clubului.

Clubul dispune de o echipă de antrenori profesioniști, cu experiență vastă în instruirea jucătorilor de toate vârstele și nivelurile de aptitudine. Acești antrenori dedicați sunt angajați în a ajuta jucătorii să-și perfecționeze abilitățile și să atingă performanțe de vârf în competițiile locale și internaționale.

De asemenea, este de remarcat faptul că terenul principal de tenis - cortul în aer liber cu scaune pentru spectatori este dotat/amenajat cu copertină retractabilă. Această copertină oferă protecție împotriva condițiilor meteorologice nefavorabile, permițând jucătorilor să continue să joace tenis indiferent de vremea de afară, consolidând astfel capacitatea clubului de a organiza competiții și evenimente în orice condiții.

Pentru a extinde capacitatea de găzduire și de organizare a evenimentelor, TennisClub utilizează, de asemenea, corturi gonflabile de tenis. Aceste corturi sunt soluții temporare și portabile, care pot fi instalate și demontate relativ ușor, oferind o acoperire protejată pentru terenurile de tenis și creând un mediu de joc controlat în aer liber.

În ansamblu, TennisClub oferă o combinație perfectă între facilități de primă clasă, antrenament de înaltă calitate și oportunități variate pentru competiții și evenimente, consolidându-și reputația ca unul dintre cele mai prestigioase cluburi de tenis din regiune.

OPEN AIR ARENA, Amfiteatrul

Este componenta destinată evenimentelor în aer liber și activităților de sezon. Echipa aspiră spre dezvoltarea Open Air Arena /Amfiteatrului într-o destinație de top pentru evenimente și activități în aer liber. Obiectivul nostru principal este să creăm un spațiu versatil și atrăgător, loc vibrant și înfloritor, utilizabil pe tot parcursul anului, pentru a satisface nevoile și preferințele diverse ale comunității locale și ale vizitatorilor. Platformele, spațiile Open Air Arena /Amfiteatrului sunt amenajate pentru a găzdui o varietate de evenimente și activități, inclusiv concerte, festivaluri, târguri, expoziții, petreceri private, proiecții de film, workshop-uri, spectacole de teatru și multe altele. Evenimentele în aer liber pot găzdui un număr de 150 spectatori pe scaunele Amfiteatrului și aproximativ 1500 spectatori în zona destinată celor care preferă să stea în picioare.

Un punct de atracție este **PATINOARUL** instalat pe platforma Open Air Arena în timpul sezonului rece. Cu gheață impecabilă și facilități de top, patinoarul oferă o experiență captivantă și distractivă pentru toți cei care îl vizitează. Cu o atmosferă plină de bucurie și energie, este locul perfect pentru a petrece timpul în familie sau cu prietenii. Cu siguranță, patinoarul va deveni o atracție de nelipsit în timpul iernii pentru locuitorii municipiului și pentru vizitatorii din întreaga zonă.

Cu spații versatile și o infrastructură pregătită pentru orice vreme, Open Air Arena este locul ideal pentru petreceri în aer liber, patinaj pe gheață sau orice alt eveniment care doresc să-l organizeze sub cerul liber clienții.

CALENDARUL EVENIMENTELOR PENTRU ANUL 2024

Denumirea evenimentului	Denumirea organizatorului	Numărul mediu de spectatori	Data desfășurării evenimentului	Valoarea estimativă a contractului, lei
Electric Spring Dance Event	Bis Concert		01.03.2024	
Skryptonite	NBG EVENTS SRL	7500	08.03.2024	
Hogwart's Holidays	Dublu Sens SRL	2500	12.03.2024	
NERVY	NBG EVENTS SRL	3000	16.03.2024	
Prezentare produs	Philip Morris		19-21.03.2024	
Golden Disco Hits	Solar Wind		23.03.2024	
Training	Tractor.md		05.01.2024	
Belle Expo	DAS		11-14.04.2024	
Valentina Nafoștița și Orchestra Simfonică	BR Media Group		17.04.2024	
Adriana Ochisanu	iTicket		20.04.2024	
Beyond Illusion Show			21.04.2024	
Razyob 4.0 Născut în Moldova	Versus Artist		27.04.2024	
Hip Hop	GNB Management		17.05.2024	
Kovacs	Suhih Production		18.05.2024	
Firicel de busuioc	Busuioc TV		23.05.2024	
Box			25.05.2024	
Jony	GNB Agency		02.06.2024	
Moldova Digital Summit			6-7.06.2024	
James Arthur	GNB Agency		10.06.2024	
Absolvire	USMF		12.06.2024	
Săbătoarea Martorilor lui Iehova			14-16.06.2024	
Zemfira	GNB Agency		17.06.2024	
Concert	Eventica		14-15.06.2024	
Săbătoarea Martorilor lui Iehova			21-23.06.2024	
Săbătoarea Martorilor lui Iehova			28-30.06.2024	

Sabatoarea Martorilor lui Iehova			5-7.07.2024	
Concert	Bis Concert		20.07.2024	
T-Fest	Wow Show		27.07.2024	
Concert	APP		24.08.2024	
Om Fest	Aqua Trade SRL		07.09.2024	
Concert	Bis Concert		11.09.2024	
Expozitie auto	Auto Blog		14-15.09.2024	
	Covoare Ungheni		19.09.2024	
Alternosfera			21.09.2024	
Nurlan Saburov	RB Agency		28.09.2024	
	Mastercard		03.10.2024	
Meladze	Bis Concert		04.10.2024	
Gabriel Nebunu			10.10.2024	
Concert	Suhih Production		12.10.2024	
Bi-2 Simfonic	Suhih Production		14.10.2024	
Milionar			19-20.10.2024	
Gladiator Challenge	Decoratii.md		27-28.10.2024	
Moldova Developer Conference			1-2.11.2024	
Hip Hop	GNB Management		08.11.2024	
Tharmis	RB Agency		09.11.2024	
Just Dance			16-17.11.2024	
Alex Calancea Band			23.11.2024	
Lupte	Eventica		30.11.2024	
Andra	RB Agency		01.12.2024	
Conferința	AOA BRIDGE GROUP		07.12.2024	
Concert	RB Agency		08.12.2024	
Concert	GNB Management		14.08.2024	
Concert	RB Agency		15.12.2024	
Frații Advahov			20.12.2024	
Concert	Suhih Production		21.12.2024	
Dans	Sis n Bro		22.12.2024	
Concert	RB Agency		24.12.2024	
Concert	RB Agency		25.12.2024	

A II.2. Clienții

- **Persoane fizice:**

Segmentul majoritar al clienților persoane fizice (**50%**) îl reprezintă **tineretul**, ca și categorie de populație dinamică, cuprinsă între vârsta de 18- 40 ani, implicată activ în toate aspectele vieții sociale și culturale.

În jur de **10%** din eșantionul clienților noștri vor fi **adolescenții**, o categorie activă și implicată în activități sportive, recreative și distractive.

Complementar, aproximativ **10%** vor fi **copii**, evidențiind interesul lor pentru experiențe și activități recreative adaptate vârstei lor.

În cele din urmă, segmentul **adulților** va reprezenta restul de **30%** din clienții Complexului Arena Chișinău. Această categorie cuprinde persoanele mature, care sunt interesate de relaxare, îngrijirea sănătății și participarea la evenimente sociale și culturale.

- **Firme:**

Domeniul divertisment (55%):

Arena Mare, Arena Mică și Amfiteatrul pot atrage majoritatea clienților din acest segment, deoarece aceste platforme oferă facilități pentru relaxare, divertisment și organizarea de evenimente culturale și sport.

Majoritatea contractelor cu persoane juridice se referă la activități din domeniul divertismentului, conform datelor raportate pentru anul 2023. În plus, este de evidențiat faptul că unii agenți economici organizează mai multe evenimente pe parcursul anului.

Astfel, conform calendarului de evenimente prealabil, pentru anul 2024 sunt preconizate organizarea a 30 de evenimente, în baza contractelor cu următoarele firme:

1. Bis Concert International	5. GNB Agency	9. Versus Artist
2. Live Tickets	6. SolarWind	10. Suhih Production
3. S.R.L. Dublu Sens	7. Belle Expo	11. Busuioc TV
4. BR Media Grup	8. iTicket	12. RB Agency

Domeniul sport (25%):

Clienții firme care vor beneficia de servicii din domeniul sportului și facilități pe platformele AquaCentru, TennisClub, Arena Mare, Arena Mică și Amfiteatrul:

1. S.R.L. BioProtect (Arena Mică, fotbal)
2. Eventica
3. Decoratii.md
4. S.R.L. Arpikrom (patinaj)
5. S.R.L. Swimming Club (înot)
6. S.R.L. MEGA D&N (tenis)

Conferințe și expoziții (20%):

Arena Mare și Arena Mică pot atrage o parte a clienților din acest segment, deoarece este un spațiu potrivit pentru organizarea de conferințe, expoziții și alte evenimente corporative, educaționale și culturale de amploare.

1. S.R.L. Profile Communication
2. Philip Morris International
3. Purina ProPlan
4. Auto Blog
5. Covoare Ungheni
6. Tractor.md

▪ *Instituti publice:*

Pe esichierul dat se conturează trei categorii de beneficiari:

- *autoritățile guvernamentale:*
- Cancelaria de Stat,
- Ministerul Educației, Tineretului și Sportului,
- Ministerul Culturii,
- instituțiile publice din domeniul cultură și educație,
- autoritățile administrației publice locale.

Această categorie include edituri, muzee, teatre, biblioteci, școli, universități și alte entități din domeniul culturii, educației și sport, care pot beneficia de serviciile și facilitățile oferite de complexul Arena Chișinău pentru organizarea de evenimente culturale și educaționale, cum ar fi conferințe, expoziții, spectacole, lansări de carte, gala laureaților sau alte manifestări artistice și culturale;

- instituții publice care contractează servicii de antrenament pentru angajați sau de locațiune:
- I.P. Agenția Servicii Publice,
- Serviciul Protecție și Pază Stat,
- I.P. USMF Testemițeanu

- organizațiile sportive:
- Comitetul Național Olimpic,
- Federația Națională de Tenis
- Federația Independentă a Sporturilor și Natație FISN,
- Comitetul Paralimpic din Republica Moldova,
- Federația Sportivă Națională de Triathlon din Republica Moldova FTRM;
- Federația de Polo pe Apă
- Federația de Pentatlon din Republica Moldova
- Federația de baschet din Republica Moldova

Putem declara cu certitudine că ne-au devenit clienți fideli Școala Sportivă Specializată de Înot și Școala specializată pentru copii și tineret a rezervelor olimpice de polo pe apă „Delfin”, cu care avem încheiate contracte anuale de dare în locațiune a culoarelor bazinului olimpic.

- **Client corporativ (B2B)**
- MasterCard
- Julius Meini
- S.R.L. Varavara Club
- S.R.L. Biopotect
- S.R.L. Credit Rapid
- S.R.L. Euroinstal
- S.R.L. Comdia Software

Nr.crt.	Clienți/ Grupe de clienți	Anul 2024		Anul 2025		Anul 2026	
		Mii Lei	%	Mii Lei	%	Mii Lei	%
1	Persoane fizice	5 250	35	5 610	33	6 800	34
2	Firme și instituții publice	9 750	65	11 390	67	13 200	66
	Total cifra de afaceri	16 000		20 000		22 000	

Ce problemă a consumatorilor rezolvă serviciile prestate

Produsul și serviciile oferite de **Complexul Chișinău Arena** (Arena Mare, Arena Mică AquaCentru, TennisClub, Amfiteatru) pot rezolva mai multe probleme pentru clienți, în funcție de caracteristicile și beneficiile specifice pe care le oferă fiecare dintre aceste platforme:

AquaCentru:

Oferă un loc ideal pentru relaxare și refacere a stresului și oboselii.

Furnizează oportunități de exerciții fizice și îmbunătățire a stării de sănătate prin activități precum înotul sau hidroterapia.

Poate rezolva probleme legate de dureri musculare și articulare, oferind oportunități de îmbunătățire a flexibilității și mobilității.

Bazinul Olimpic:

Spațiu adecvat pentru antrenamentele de performanță: Bazinul olimpic oferă un spațiu generos și adecvat pentru antrenamentele riguroase ale înotătorilor de performanță. Cele 10 culoare disponibile asigură o capacitate suficientă pentru ca mai mulți înotători să se antreneze simultan, fără a se simți aglomerați sau restricționați.

Îmbunătățirea tehnicilor de înot: Dimensiunile și adâncimea bazinului permit înotătorilor să lucreze la îmbunătățirea tehnicilor de înot într-un mediu optim. Acest aspect este important pentru înotătorii de performanță care se pregătesc pentru competiții importante și doresc să atingă performanțe maxime.

Accesibilitate pentru toate nivelurile de înotători: Bazinul olimpic nu este destinat exclusiv profesioniștilor, ci și amatorilor de înot. Într-un mediu prietenos și relaxant, toți vizitatorii, indiferent de nivelul lor de experiență în înot, se pot bucura de o experiență plăcută și confortabilă în apă.

Disponibilitate flexibilă: Accesul publicului la bazinul olimpic este disponibil atât individual, cât și cu antrenor. De asemenea, există posibilitatea închirierii culoarelor pentru antrenamente în grup, ceea ce oferă flexibilitate în planificarea și organizarea antrenamentelor.

În concluzie, serviciile prestate de Bazinul Olimpic rezolvă problemele consumatorilor oferindu-le un mediu optim pentru antrenamentele de înot, îmbunătățirea tehnicilor, accesibilitate pentru toate nivelurile de înotători și disponibilitate flexibilă pentru diferite nevoi și preferințe.

Bazinul de antrenamente.

Accesibilitate pentru înotătorii începători și copii: Bazinul oferă un mediu sigur și adaptat pentru înotătorii începători și copii, având o adâncime de 1.30 metri, care este potrivită pentru aceștia să se simtă în siguranță și să își îmbunătățească abilitățile de înot.

Instruire personalizată: Vizitatorii au opțiunea de a alege între sesiuni de antrenament individuale sau sub îndrumarea unui antrenor dedicat. Aceasta oferă o instruire personalizată, adaptată nivelului și necesităților fiecărui înotător, asigurându-se că aceștia beneficiază de îndrumare adecvată pentru progresul lor în înot.

Instruire pentru toate categoriile de vârstă: Sesiunile de antrenament sunt disponibile pentru toate categoriile de vârstă, de la copii prescolari până la adolescenți și adulți.

Astfel, Bazinul de antrenamente oferă instruire adecvată și adaptată pentru diferitele grupe de vârstă, contribuind la dezvoltarea abilităților de înot și creșterea încrederii în apă pentru toți clienții săi.

În concluzie, serviciile prestate de Bazinul de antrenamente rezolvă problemele consumatorilor prin oferirea unui mediu sigur și adaptat pentru înotătorii începători și copii, instruire personalizată și adaptată pentru toate categoriile de vârstă, și oportunități de îmbunătățire a abilităților de înot într-un mediu profesionist și confortabil.

Aqua Park.

Distracție și recreere pentru copii: Aqua Park-ul oferă copiilor o destinație minunată pentru distracție și aventură acvatică. Toboganul cu benzi multiple și piscina oferă o experiență captivantă și plină de adrenalină pentru cei mici, permițându-le să se distreze și să se joace într-un mediu sigur și protejat.

Experiență acvatică în orice condiții meteorologice: Fiind amplasat în interiorul complexului și dotat cu un sistem de încălzire a apei, Aqua Park-ul oferă consumatorilor posibilitatea de a se bucura de distracție în apă indiferent de vremea de afară. Aceasta rezolvă problema de a găsi activități distractive și sigure în zilele reci sau ploioase.

Dezvoltarea abilităților de înot: Piscina încălzită oferă un mediu confortabil și sigur pentru copii să-și dezvolte abilitățile de înot și să dobândească încredere în apă. Acest aspect este important pentru părinții care își doresc să își învețe copiii să înoate sau să le îmbunătățească abilitățile existente.

Relaxare și recreere pentru întreaga familie: Aqua Park-ul oferă și părinților și adulților o oportunitate de relaxare și distracție într-o atmosferă plăcută și protejată. Apa caldă a piscinei îi îmbrățișează plăcut, oferind o senzație de confort și relaxare în timp ce se bucură de timpul petrecut împreună cu familia.

Unicitate și diversitate: Fiind unicul Aqua Park din oraș, Aqua Park-ul oferă consumatorilor o experiență captivantă și diferită față de alte opțiuni de divertisment acvatic. Aceasta îi atrage pe consumatori pentru a experimenta ceva nou și pentru a împărtăși bucuria și distracția cu prietenii și familia.

În concluzie, serviciile prestate de Aqua Park rezolvă multiple probleme ale consumatorilor, oferindu-le oportunități de distracție, aventură, dezvoltare și relaxare într-un mediu confortabil și sigur.

Piscina exterioară.

Recreere în aer liber: Piscina exterioară oferă consumatorilor o zonă de relaxare în aer liber, ideală pentru petrecerea timpului liber în zilele călduroase de vară. Pentru familiile care doresc să se bucure

de natură și aer curat, aceasta reprezintă o opțiune perfectă pentru a evada din rutina zilnică și a se relaxa într-un mediu plăcut și reconfortant.

Oază de răcorire: Piscina exterioară oferă o oază de răcorire în timpul zilelor toride de vară. Cu adâncimea sa de 1.60 metri și amenajarea sub un acoperiș deschis, aceasta oferă o experiență plăcută și sigură pentru toți cei care doresc să se răcorească și să se relaxeze în apă.

Recreere pentru întreaga familie: Piscina exterioară este concepută pentru a oferi oportunități de recreere și distracție pentru întreaga familie. Cu sezlonguri pe perimetru, aceasta oferă confort și facilități pentru toate vârstele, de la copii la adulți, permițându-le membrilor familiei să petreacă timp de calitate împreună într-un mediu plăcut și sigur.

Utilizare în perioada caldă a anului: Piscina exterioară este disponibilă pentru utilizare în perioada caldă a anului, oferind oportunități de distracție și relaxare în aer liber în timpul sezonului estival. Aceasta rezolvă problema de a găsi activități recreative și răcoritoare în timpul verii și contribuie la îmbunătățirea calității vieții în timpul sezonului cald.

Utilizare pe tot parcursul anului: Prin încălzirea apei în timpul iernii, piscina exterioară devine o destinație atractivă pentru consumatori chiar și în sezonul rece. Această caracteristică extinde perioada de utilizare a piscinei și oferă oportunități de recreere și relaxare în aer liber și în condiții confortabile, indiferent de vreme.

Beneficii pentru sănătate: Sauna în aer liber este cunoscută pentru beneficiile sale pentru sănătate, cum ar fi stimularea circulației sanguine, detoxifierea pielii și relaxarea mușchilor. Prezența saunei în adiacentul piscinei exterioare oferă consumatorilor posibilitatea de a se bucura de aceste beneficii într-un mediu natural și plăcut.

Experiență de relaxare completă: Combinarea piscinei exterioare încălzite și a saunei în aer liber creează o experiență de relaxare completă pentru consumatori. Aceștia pot să se bucure de înot în apa caldă și apoi să se relaxeze și să se revigoreze în saună, contribuind la îmbunătățirea stării lor de bine și la reducerea stresului.

Atracție pentru clienți noi: Prezența facilităților suplimentare, cum ar fi încălzirea apei și sauna în aer liber, poate atrage noi clienți către complexul piscinei, crescând popularitatea și vizibilitatea afacerii. Consumatorii pot fi atrași de oportunitatea de a se relaxa și de a se bucura de confortul oferit de aceste facilități într-un cadru natural și plăcut.

În concluzie, serviciile prestate în Piscina exterioară oferă atât oportunități de recreere, relaxare și răcorire în aer liber în timpul zilelor călduroase de vară, cât și oportunități de recreere și relaxare în timpul rece al anului. Prezența încălzirii apei și a saunei în aer liber adaugă multiple beneficii pentru consumatori, extinzând opțiunile de recreere și relaxare și oferindu-le o experiență completă și plăcută în cadrul complexului piscinei. Atât prezența încălzirii apei și a saunei în aer liber, cât și serviciile prestate de Piscina exterioară aduc multiple beneficii pentru consumatori, oferindu-le o experiență de recreere, relaxare și răcorire în aer liber

TennisClub:

Oferă oportunități pentru practicarea și perfecționarea tenisului, un sport care promovează activitatea fizică și competiția sănătoasă. Serviciile oferite de Tennis Club rezolvă multiple probleme ale consumatorilor:

Poate rezolva nevoia clienților de a socializa și de a face noi cunoștințe, prin intermediul turneelor, lectiilor și altor evenimente organizate.

Furnizează facilități și echipamente specializate pentru jucătorii de tenis de toate nivelurile, ceea ce poate rezolva nevoile diverse ale clienților, de la amatori până la profesioniști.

Pentru jucătorii de tenis, care caută să-și îmbunătățească abilitățile și să participe la competiții, o infrastructură de calitate este esențială. Prin furnizarea unui teren potrivit pentru competiții internaționale și corturi de antrenament, clubul permite jucătorilor să se antreneze și să joace în condiții optime, contribuind astfel la dezvoltarea abilităților lor.

Personal profesionist: Pentru cei care doresc să învețe sau să-și îmbunătățească abilitățile în tenis, disponibilitatea antrenorilor profesioniști și a personalului calificat este extrem de valoroasă. Aceștia oferă îndrumare și instruire adecvată, ceea ce poate ajuta jucătorii să-și atingă obiectivele lor în acest sport.

Extensibilitatea facilităților: Posibilitatea de a avea mai multe terenuri disponibile și capacitatea de a organiza mai multe evenimente concomitent sunt esențiale pentru a satisface cerințele unei baze largi de clienți și pentru a asigura că fiecare jucător sau grup de jucători are acces la facilitățile necesare.

Accesibilitate pentru persoanele cu nevoi speciale: Adaptarea edificiului și a terenurilor pentru a fi accesibile persoanelor cu nevoi speciale demonstrează o atenție și o sensibilitate față de diversitatea nevoilor clienților, ceea ce poate atrage un segment larg de clienți și poate crea un mediu inclusiv și prietenos pentru toți.

Unitate de alimentație publică: Oferirea unei game variate de opțiuni culinare și băuturi nu numai că satisface nevoile nutriționale și de hidratare ale jucătorilor și ale publicului, dar și adaugă confort și valoare experienței în cadrul clubului. Acest lucru poate contribui la consolidarea relațiilor cu membrii și la stimularea participării la activitățile organizate de club.

Parcare proprie: Asigurarea unei parcări convenabile și sigure demonstrează o atenție față de confortul și nevoile clienților. Accesul ușor la terenurile de tenis și alte facilități sportive poate crea o primă impresie pozitivă și poate contribui la consolidarea loialității clienților față de club.

În ansamblu, serviciile oferite de Tennis Club vizează să ofere o experiență completă și satisfăcătoare pentru jucători și pentru toți cei implicați în activitățile clubului, contribuind la dezvoltarea și promovarea tenisului și la crearea unei comunități sportive dinamice și incluzive.

Arena Mare:

Oferă un loc de desfășurare pentru diverse evenimente și activități, cum ar fi concerte, expoziții, competiții sportive și alte manifestări culturale și de divertisment.

Poate rezolva nevoia de spațiu și facilități adecvate pentru organizarea și desfășurarea unor evenimente de amploare.

Furnizează oportunități de distracție și divertisment pentru comunitatea locală și pentru vizitatori, contribuind la îmbunătățirea calității vieții în zonă.

Acces la evenimente de calitate: Arena Mare oferă o dotare tehnologică modernă conform standardelor internaționale, ceea ce înseamnă că participanții la evenimente vor beneficia de o experiență de calitate superioară. Echipamentele moderne asigură o calitate excelentă a sunetului, imagini clare și o conectivitate fiabilă, ceea ce creează o atmosferă captivantă și memorabilă pentru toți cei prezenți la evenimente.

Flexibilitate și diversitate în opțiuni: Capacitatea variabilă de găzduire a evenimentelor și configurația flexibilă a spațiului permit adaptarea la diverse nevoi. Indiferent dacă este vorba despre organizarea unei competiții sportive de amploare sau a unui concert intim, Arena Mare poate să ofere soluții adecvate pentru orice tip de eveniment. Astfel, consumatorii pot găsi mereu o opțiune potrivită pentru evenimentul lor.

Confort și ușurință în acces: Parcarea cu o capacitate de 1000 de locuri rezolvă problema parcării pentru participanții la evenimente, oferindu-le confort și ușurință în accesul la locație. Aceasta elimină stresul legat de căutarea unui loc de parcare și asigură o experiență mai plăcută pentru toți cei care participă la evenimente.

În plus, oportunitățile precum parteneriatele cu federațiile sportive și colaborările cu companiile pentru evenimente corporative contribuie la diversificarea programului de evenimente și extinderea bazei de clienți, satisfăcând astfel și mai multe nevoi ale consumatorilor și consolidând poziția Arena Mare ca destinație preferată pentru o gamă variată de activități și evenimente.

Arena Mică:

Experiență de eveniment de înaltă calitate: Arena Mică oferă consumatorilor acces la echipamente tehnologice moderne, inclusiv un sistem sonor de calitate și iluminare versatilă. Acest lucru asigură o experiență de eveniment de înaltă clasă, satisfăcând dorința participanților de a se bucura de un spectacol sau prezentare de calitate superioară.

Adaptabilitate la diverse tipuri de evenimente: Flexibilitatea în configurarea spațiului permite ca Arena Mică să se adapteze cu ușurință la diverse nevoi și tipuri de evenimente. Indiferent dacă este vorba despre concerte, conferințe, seminare sau alte activități, capacitatea de a personaliza spațiul în funcție de cerințele fiecărui eveniment este esențială pentru a satisface consumatorii și organizatorii.

Atmosferă intimă și confortabilă: Datorită capacității mai mici, Arena Mică oferă o atmosferă mai intimă și confortabilă, ceea ce este ideal pentru evenimente cu un public restrâns. Această atmosferă permite participanților să se simtă mai conectați și să se bucure de o experiență mai personalizată.

Acces ușor și confortabil: Asigurarea de locuri de parcare rezervate rezolvă problema parcării pentru participanții la evenimente, oferindu-le un acces ușor și confortabil la locație. Aceasta contribuie la reducerea stresului și a inconveniențelor asociate cu găsirea unui loc de parcare.

Open Air Arena/Amfiteatrul:

Serviciile prestate pe platforma Open Air Arena rezolvă multiple probleme ale consumatorilor:

Acces la evenimente și activități diverse: Platforma oferă o gamă largă de evenimente și activități în aer liber, inclusiv concerte, festivaluri, târguri, expoziții, petreceri private, proiectii de film, workshop-uri, spectacole de teatru și multe altele. Astfel, consumatorii au acces la divertisment variat și pot alege evenimentele care corespund preferințelor lor.

Capacitate mare de participare: Open Air Arena poate găzdui un număr semnificativ de spectatori, atât pe scaunele Amfiteatrului, cât și în zona pentru cei care preferă să stea în picioare. Această capacitate mare permite consumatorilor să participe la evenimente populare și să se bucure de experiențe comunitare împreună cu un număr mare de persoane.

Distracție și recreere în timpul iernii: Patinoarul instalat pe platforma Open Air Arena în timpul sezonului rece devine o atracție de nelipsit pentru locuitorii municipiului și pentru vizitatorii din întreaga zonă. Oferind o experiență captivantă și distractivă pentru toți cei care îl vizitează, patinoarul este un punct de atracție principal pentru petrecerea timpului liber în sezonul rece.

Flexibilitate în organizarea evenimentelor: Cu spații versatile și o infrastructură pregătită pentru orice vreme, Open Air Arena oferă un cadru ideal pentru petreceri în aer liber și alte evenimente personalizate. Consumatorii pot organiza evenimente private sau corporative într-un mediu deschis și atrăgător, contribuind la crearea de amintiri de neuitat pentru participanți.

În ansamblu, platforma Open Air Arena rezolvă nevoia consumatorilor de acces la evenimente diverse și distractive, oferind în același timp o experiență de recreere plăcută, indiferent de sezonul sau preferințele individuale.

A II.3. Perspective în următorii 3 ani.

ARENA MARE

Obiectivul principal: Dezvoltarea și consolidarea poziției **ARENA MARE** ca destinație unică/principală pentru evenimente sportive, concerte, spectacole, expoziții și conferințe în Republica Moldova.

Nr. crt.	Obiective (Indicatori țintă)	Unitate de măsură	Anul 2024	Anul 2025 (N+1)	Anul 2026 (N+2)
1.	Cresterea utilizării ARENA Mare la 80% din capacitatea maximă	Numărul contracte locatiune	60	80	90
2.	Dezvoltarea parteneriatelor strategice cu companiile de organizare a evenimentelor	Numărul parteneriatelor	30	45	60
3.	Dezvoltarea parteneriatelor strategice cu federațiile sportive	Numărul parteneriatelor	15	20	25
1.1.	Venituri din darea în locatiune	Mii lei	7000	9000	10000
1.2.	Profit	Mii lei	2100	2700	3000

Organul executiv al Societății mizează pe transformarea Arena Mare într-un centru de evenimente de elită, oferind spații și facilități de primă clasă pentru diverse evenimente culturale, sportive și de divertisment, contribuind astfel la îmbunătățirea calității vieții în comunitate și la consolidarea poziției sale ca destinație de top în zonă.

Obiective Specifice:

Dezvoltarea Infrastructurii și Serviciilor: Să se investească în continuare în dotarea tehnologică modernă și în facilitățile de ultimă generație pentru a oferi participanților acces la evenimente de înaltă calitate și o experiență memorabilă. Acest obiectiv ar putea include modernizarea echipamentelor audio-video, îmbunătățirea sistemelor de iluminare și extinderea capacității de găzduire a evenimentelor.

Diversificarea Programului de Evenimente: Să se dezvolte un program variat și atractiv de evenimente, inclusiv concerte, expoziții, competiții sportive, conferințe corporative și alte manifestări culturale și de divertisment. Prin oferirea unei game diverse de opțiuni, Arena Mare poate atrage un public mai larg și poate satisface diferitele gusturi și interese ale comunității locale și ale vizitatorilor.

Aceste obiective specifice vor contribui la consolidarea poziției Arena Mare ca un centru de evenimente de primă clasă, oferind facilități și servicii de calitate superioară și aducând un impact pozitiv asupra vieții sociale și culturale în comunitatea locală.

ARENA MICĂ

Obiectivul principal: Consolidarea poziției *ARENA MICĂ* ca un spațiu de evenimente versatil, specializat în competiții sportive, conferințe și expoziții cu un public restrâns, bazându-se pe avantajele tehnologice și flexibilitatea spațiului.

Nr.	Obiective (Indicatori țintă)	Unitate de măsură	Anul 2024 (anul curent)	Anul 2025 (N+1)	Anul 2026 (N+2)
1.	Ocuparea a 80% din capacitate prin utilizarea optimă a capacității ARENEI Mici pentru a asigura un flux constant de evenimente	Numărul contracte locațiune	25	40	60
2.	Diversificarea evenimentelor prin extinderea portofoliului pentru a include conferințe, seminare, expoziții, lansări de carte și filme, evenimente corporative și competiții sportive de scară mică	Numărul parteneriatelor	20	30	40
1.1.	Venituri din darea în locațiune	Mii lei	2000	3000	4500
1.2.	Profit	Mii lei	600	900	1350

AQUA CENTRU

Obiectivul principal: creșterea vizibilității *AQUA CENTRU* prin dezvoltarea strategiilor de marketing pentru atragerea noilor clienți.

Dezvoltarea strategiilor de marketing pentru a crește vizibilitatea centrului și pentru a atrage noi clienți poate avea un impact semnificativ asupra succesului general al activității Aqua Centrului. Odată cu atragerea noilor clienți se va mări baza de clienți, ceea ce va permite extinderea și îmbunătățirea serviciilor și concomitent optimizarea eficienței operaționale pentru a răspunde la cererea crescută.

Deci, creșterea vizibilității va servi ca o bază solidă pentru atingerea obiectivelor specifice trasate:

- extinderea serviciilor (introducerea programelor noi și inovatoare pentru a extinde gama de servicii oferite în cadrul Aqua Centrului)
- eficiență operațională (îmbunătățirea eficienței operaționale pentru a asigura servicii de calitate și a maximiza profitabilitatea)

Nr. crt.	Obiective (Indicatori țintă)	Unitate de măsură	Anul 2024 (anul curent)	Anul 2025 (N+1)	Anul 2026 (N+2)
1.	Atragerea clienților persoane fizice și juridice și majorarea numărului	Numărul abonamentelor	500	650	800

	abonamentelor la serviciile de agrement si sportive în Aqua centru				
2.	Extinderea serviciilor prin introducerea programelor noi și inovatoare:				
2.1.	competiții sportive specializate cu participare limitată	Numărul parteneriatelor	3	5	7
2.2.	dezvoltarea ofertelor sezoniere (pachete speciale în perioadele cu cerere scăzută).	Numărul ofertelor	2	3	4
2.3.	colaborarea cu școli pentru a oferi programe pentru copii în timpul vacanțelor de vară	Numărul contractelor	3	5	7
2.4.	programe de instruire personalizate (cursuri de înot, antrenament în sala de forță, consultații de nutriție) pentru diferite categorii de vârstă și niveluri de aptitudine	Numărul programelor	6	10	14
3.	Venituri	Mii lei	4000	5000	6000
3.1.	Profit	Lei	1200	1500	1800

Pentru asigurarea *creșterii vizibilității* echipa Aqua Centrului în comun cu Departamentul marketing și vânzări se vor îngriji de dezvoltarea unui conținut de calitate despre serviciile prestate. În acest sens, pe pagina web, pe blog și pe alte surse, pe lângă informația privind gama de servicii prestate în cadrul Aqua Centrului vor fi publicate și articole informative despre sănătate, fitness, nutriție și alte subiecte relevante pentru a atrage și angaja potențialii clienți.

O mare importanță se va acorda utilizării rețelelor sociale, prin prezența activă pe platformele de social media relevante pentru publicul Aqua Centrului. Echipa va posta în mod regulat conținut, va interacționa cu următorii, precum și va utiliza instrumente de publicitate pentru a promova serviciile și evenimentele organizate.

O altă acțiune în scopul creșterii vizibilității Aqua Centrului constă în stabilirea de parteneriate cu alți agenți economici locali, cum ar fi restaurante, hoteluri sau magazine de echipamente sportive, pentru a promova reciproc și a extinde rețeaua de clienți potențiali.

La fel, se vor organiza evenimente speciale/tematice pentru a atrage atenția asupra Aqua Centrului și pentru a oferi oportunități de a încerca serviciile la prețuri reduse.

De asemenea, se va monitoriza dacă Aqua Centrul este listat și optimizat în serviciile de hărți și listări de afaceri locale, cum ar fi Google My Business, Yelp și alte platforme similare.

TENNIS CLUB

Obiectivul principal: dezvoltarea TennisClub într-o destinație de top pentru practicanții de tenis, oferind facilități de înaltă calitate, experiență integrată pentru membrii săi și pentru comunitatea locală, promovând participarea și incluziunea.

Obiective Specifice:

1. *Creșterea atractivității și participării:* Să creăm un program extins de activități și evenimente pentru a atrage noi membri și pentru a menține angajamentul membrilor actuali. Acest lucru poate fi realizat prin organizarea de turnee, competiții, evenimente sociale și programe de instruire variate, care să satisfacă diversele nevoi și interese ale membrilor.

2. *Extinderea bazelor de clienți:* Să promovăm accesibilitatea și inclusivitatea, dezvoltând programe și facilități specifice pentru persoanele cu nevoi speciale. Acest obiectiv ar putea include oferirea de cursuri speciale, accesibilizarea infrastructurii și facilitarea participării la evenimentele clubului pentru această categorie de persoane. Astfel, TennisClub poate atrage un segment mai larg de clienți și poate consolida reputația sa ca un loc prietenos și incluziv.

Nr.	Obiective (Indicatori țintă)	Unitate de măsură	Anul 2024 (anul curent)	Anul 2025 (N+1)	Anul 2026 (N+2)
1.	Diversificarea programului de activități și evenimente prin organizarea de turnee naționale și internaționale, competiții, evenimente sociale și programe de instruire, inclusive pentru persoane cu dizabilități	Numărul total evenimente	20	30	40
1.1.	Turnee naționale	Numărul evenimentelor	2	3	4
1.2.	Turnee internaționale	Numărul evenimentelor	1	2	2
1.3	Evenimente sociale	Numărul evenimentelor	1	2	3
1.4	Programe de instruire, inclusiv pentru persoane cu dizabilități	Numărul evenimentelor	2	3	4
2.	Extinderea bazei de clienți, prin fidelizarea membrilor actuali și atragerea de noi clienți	Numărul abonamente/contracte	20	30	40
3.	Venituri	Mii lei	2000	3000	4500
3.1.	Profit	Lei	600	900	1350

OPEN AIR ARENA, Amfiteatru

Obiectivul principal: dezvoltarea Open Air Arena/Amfiteatru într-o destinație de top pentru evenimente și activități în aer liber, oferind spații versatile și atrăgătoare, utilizabile pe tot parcursul anului, pentru a satisface nevoile și preferințele diverse ale comunității locale și ale vizitatorilor.

Obiective specifice:

1. *Maximizarea utilizării spațiilor versatile:* Să se optimizeze și să se promoveze utilizarea spațiilor flexibile și versatile ale Open Air Arena pentru a găzdui diverse tipuri de evenimente și activități, inclusiv concerte, festivaluri, târguri, expoziții, petreceri private, proiecții de film, workshop-uri, treceri în revistă, proiecte sociale, , inclusiv în domeniul teatrului și alte evenimente culturale și de divertisment. Această diversificare a ofertei va atrage un public mai larg și va contribui la creșterea veniturilor și a relevanței arenei în comunitate.

1. *Extinderea utilizării pe tot parcursul anului:* Să se dezvolte și să se promoveze utilizarea Open Air Arena ca patinoar în timpul sezonului rece, pentru a extinde calendarul de evenimente și pentru a maximiza veniturile. Acest obiectiv va implica gestionarea eficientă a schimbărilor sezoniere și promovarea patinoarului drept o atracție de iarnă principală în zonă, atrăgând astfel un flux constant de vizitatori și participanți.

Nr. crt.	Obiective (Indicatori țintă)	Unitate de măsură	Anul 2024 (anul curent)	Anul 2025 (N+1)	Anul 2026 (N+2)
1.	Numărul de evenimente organizate în Open Air Arena pe parcursul anului: Creșterea acestui indicator cu 20% față de anul precedent.	Numărul evenimentelor	20	24	29
2.	Diversificarea tipurilor de evenimente: asigurarea că cel puțin 70% din evenimentele organizate în Open Air Arena sunt de tip diferit, cum ar fi concerte, festivaluri, târguri, expoziții, petreceri private, proiecții de film.	Numărul evenimentelor	2	3	4
2.1.	Concerte <i>open air</i>	Numărul evenimentelor	3	5	6

2.2	Festivaluri	Numărul evenimentelor	1	2	3
2.3	Târguri	Numărul evenimentelor	1	2	3
2.4.	Proiecții de film	Numărul evenimentelor	2	3	4
3.	Numărul de zile de funcționare ca patinoar în timpul sezonului rece: Extinderea numărului de zile de funcționare cu 20% față de anul precedent.	Numărul de zile	40	48	58
4.	Cresterea vânzărilor de bilete și abonamente pentru patinoar: Realizarea unei creșteri de cel puțin 15% în veniturile generate de patinoar în timpul sezonului rece.	Numărul de bilete/abonamente	800/5	920/6	1058/7
3.	Venituri	Mii lei	1000	2000	3000
3.1.	Profit	Lei	300	600	900

Lista evenimentelor sportive

preconizate a fi organizate pe platforma Complexului Chișinău Arena, în următorii 3 ani:

Campionatele Republicii Moldova la: atletism, dans sportiv, dans modern, volei, baschet, judo, lupte libere, lupte greco-romane, trântă, gimnastică estetică, scrimă, mini-fotbal, haltere, box;

Campionatul balcanic de atletism în sală;

Campionatul Europei de atletism în sală;

Campionatul Europei de atletism U23;

Campionatul European la baschet;

Turnee Internaționale de box;

Campionatul European/Mondial la box (seniori/juniori);

Campionatul European de Box Tailandez Muaythai;

Campionatul European și Mondial la dansuri sportive;

Campionatul Balcanic la gimnastică acrobatică;

Campionatul Balcanic la volei pentru seniori și juniori;

Campionatul European la volei;

Campionatul European de powerlifting;

Campionatul European la Taekwon-Do ITF;

Universiada Mondială;

Campionatul Republicii Moldova la Minifotbal;

Campionatul European la minifotbal;

Cupa Mondială Grand Prix, floretă;

Campionatul European la scrimă;

Campionatul European/ Mondial rezervat seniorilor (masculin, feminin) la sambo;

Campionatul European de Grappling;

Campionatul European la Lupta Universală;
 Campionatul Mondial la lupta corp la corp;
 Campionatul European de Pankration;
 Campionatul Mondial (tineret) la lupte libere;
 Campionatul Țărilor Balcanice la lupte libere;
 Campionatul European la lupte greco-romane;
 Turnee Internationale la kickboxing "Campionatul Republicii Moldova";
 Campionatul European la Karate-Do WKF;
 Campionatul Mondial La Karate Shotokan;
 Campionatul European/Mondial la judo (seniori/juniori);
 Campionatul European/Mondial la Haltere (seniori/juniori).

A II. 4. Punctele tari

Analiza SWOT a fost realizată cu scopul de a nuanța punctele forte și oportunitățile

Analiză SWOT ARENA MARE:

Puncte forte	Puncte slabe
<ol style="list-style-type: none"> Dotare tehnologică modernă conform standardelor internaționale. Capacitate variabilă de găzduire a evenimentelor, de la competiții sportive la concerte. Configurație flexibilă pentru a satisface diverse nevoi. Parcare cu o capacitate de 1000 locuri 	<ol style="list-style-type: none"> Condiții economice fluctuante pot influența participarea la evenimente. Conținutul evenimentelor trebuie să fie gestionat și actualizat constant.
Oportunități	Amenințări
<ol style="list-style-type: none"> Parteneriate cu federațiile sportive pentru organizarea de competiții. Colaborare cu companii pentru conferințe și evenimente corporative. Diversificarea programului de evenimente pentru a atrage un public mai larg. 	<ol style="list-style-type: none"> Concurența cu alte locații de evenimente. Riscul de schimbări legislative sau economice neprevăzute. Percepția publică în cazul problemelor de securitate sau sănătate publică. Declaraarea stării de urgență, de asediu sau de război Criza de resurse energetice sau alte crize.

Analiză SWOT ARENA MICĂ:

Puncte forte	Puncte slabe
<ol style="list-style-type: none"> Tehnologie modernă: Arena Mică dispune de echipamente tehnologice moderne, inclusiv un sistem sonor de calitate și iluminare versatilă, asigurând o experiență de eveniment de înaltă clasă. Flexibilitate în configurare: Capacitatea de a configura spațiul în funcție de tipul de eveniment permite ARENEI Mici să se adapteze cu ușurință la diverse nevoi. Potențial de intimitate: Datorită capacității mai mici, ARENA Mică oferă o atmosferă mai intimă, perfectă pentru evenimente cu un public restrâns. Locuri de parcare rezervate 	<ol style="list-style-type: none"> Limitare capacitate: Capacitatea redusă poate reprezenta o limitare în atragerea unui public mai mare sau a unor evenimente de amploare. Concurență cu alternative: Există posibilitatea ca ARENA Mică să concureze cu alternative precum sălile de conferințe sau spațiile mai mici, în ciuda avantajelor tehnologice.
Oportunități	Amenințări
<ol style="list-style-type: none"> Segment de piață de nișă: ARENA Mică poate să profite de cererea pentru evenimente mai intime și conferințe cu un public restrâns. 	<ol style="list-style-type: none"> Concurență intensificată: Posibilitatea apariției altor spații similare cu capacități similare în zonă poate crește nivelul concurenței.

<p>2. Colaborări cu segmentul corporativ: Posibilitatea de a atrage evenimente corporative și întâlniri private, valorificând flexibilitatea spațiului.</p>	<p>2. Efecte economice: Schimbările economice neprevăzute pot afecta participarea la evenimente și cererea pentru spații de acest tip.</p> <p>3. Criza de resurse energetice sau alte crize.</p>
--	--

Analiza SWOT pentru AQUA CENTRU:

Puncte forte	Puncte slabe
<p>1. Diversitate funcțională: Multifuncționalitatea centrului, care combină sportul și recreerea, atrage un public variat.</p> <p>2. Infrastructură completă: Există facilități complete precum sală de forță, vestiare, garderobă și băi, adaptate pentru persoanele cu necesități speciale.</p> <p>3. Bazin olimpic: bazinul olimpic (50m) oferă condiții optime pentru antrenamentele înotătorilor profesioniști și recreație pentru amatori.</p> <p>4. Aqua Park Interior: Unicul aqua park în oraș, amplasat în interior, oferind distracție acvatică într-un mediu controlat.</p> <p>5. Piscină Exterioară: Zonă de relaxare sub acoperiș deschis, oferind o oază de răcorire în zilele călduroase de vară.</p> <p>6. Sala de Forță: Dotată cu echipamente moderne, contribuind la menținerea stării de sănătate și energizare.</p>	<p>1. Întreruperea activității în sezonul rece: Aqua Park-ul întrerupe activitatea pe durata sezonului rece, ceea ce poate afecta fluxul de clienți.</p> <p>2. Capacitatea redusă a Bazinului de antrenamente: Bazinul de antrenamente are o capacitate mai mică și poate duce la aglomerare în perioadele de vârf.</p>
Oportunități	Amenințări
<p>1. Extinderea activităților în perioada rece: Dezvoltarea unor activități interioare atrăgătoare pentru clienți în sezonul rece.</p> <p>2. Program special pentru copii: Dezvoltarea unui program special pentru copii în Aqua Park pentru a atrage mai multe familii.</p>	<p>1. Concurența din partea altor centre de recreere: Posibilitatea apariției altor centre similare în zonă.</p> <p>2. Criza de resurse energetice sau alte crize economice.</p>

AQUA CENTRU are un potențial imens datorită facilităților sale variate. Prin gestionarea eficientă a punctelor slabe și explorarea de noi oportunități, centrul poate să-și extindă influența și să devină o destinație preferată pentru o varietate de activități recreative și sportive.

În acest sens, se preconizează (i) organizarea de evenimente speciale sau competiții în interior în sezonul rece pentru a menține interesul clienților; (ii) promovare specială pentru sezonul cald: campanii de promovare pentru piscina exterioară în timpul verii pentru a atrage mai mulți vizitatori; (iii) parteneriate cu școlile: colaborarea cu școlile pentru a oferi programe educaționale de înot pentru copii.

Analiza SWOT pentru TENNIS CLUB:

Puncte forte	Puncte slabe
<p>1. Infrastructură de calitate: Clubul de Tenis are una dintre cele mai bune infrastructuri din Republica Moldova, cu corturi de antrenament și un teren de tenis potrivit pentru competiții internaționale.</p>	<p>1. Concurența: În ciuda poziției sale solide pe piață, clubul trebuie să facă față concurenței din partea altor cluburi de tenis și facilități sportive din zonă.</p>

<p>2. Personal profesionist: Clubul dispune de antrenori profesioniști și personal calificat, care pot oferi instruire și îndrumare adecvată pentru a îmbunătăți abilitățile jucătorilor.</p> <p>3. Extensibilitate: Clubul de Tenis dispune de 5 corturi gonflabile (sunt portabile și pot fi instalate și demontate relativ ușor), iar terenul în aer liber este dotat cu copertină retractabilă, ceea ce oferă capacitate de a găzdui mai mulți jucători și de a organiza mai multe evenimente concomitent.</p> <p>4. Facilități pentru persoanele cu nevoi speciale: Edificiul și terenurile sunt adaptate pentru a fi accesibile persoanelor cu nevoi speciale, ceea ce ar putea atrage un segment larg de clienți.</p> <p>5. Unitate de alimentație publică: oferă o gamă variată de opțiuni culinare și băuturi, satisfacând nevoile nutriționale și de hidratare ale jucătorilor și ale publicului. Această comoditate adaugă valoare și confort experienței în cadrul clubului, consolidând relațiile cu membrii și stimulând participarea la activitățile sportive și sociale organizate de club.</p> <p>6. Parcare proprie: oferă vizitatorilor un acces convenabil și sigur către terenurile de tenis și alte facilități sportive, dar și demonstrează atenția față de confortul și nevoile clienților, creând o primă impresie pozitivă și consolidând loialitatea clienților față de club.</p>	<p>2. Dependența de condițiile meteorologice: tenisul, fiind un sport practicat în aer liber, este influențat de condițiile meteorologice, ceea ce poate afecta veniturile și activitățile clubului în funcție de vreme.</p> <p>3. Vulnerabilitate la perforații: Corturile gonflabile pot fi mai susceptibile la deteriorare sau perforare în comparație cu structurile rigide, ceea ce poate necesita reparații frecvente sau înlocuire.</p> <p>4. Dependență de alimentarea cu aer: Corturile gonflabile necesită o sursă constantă de aer pentru a rămâne umflate, iar orice defect sau pierdere a presiunii aerului poate afecta integritatea structurii.</p> <p>5. Sensibilitate la vânt și condiții meteorologice extreme: Corturile gonflabile pot fi mai susceptibile la deteriorare în cazul vânturilor puternice sau altor condiții meteorologice extreme, ceea ce poate duce la riscul de rupere sau deteriorare.</p> <p>6. Costuri de întreținere și reparații: Întreținerea și reparațiile corturilor gonflabile pot fi costisitoare și pot necesita resurse suplimentare de timp și bani în comparație cu structurile rigide.</p>
<p>Oportunități</p>	<p>Amenințări</p>
<p>1. Extinderea facilităților: Există o oportunitate de a extinde clubul prin adăugarea de terenuri suplimentare sau prin dezvoltarea altor facilități, cum ar fi săli de antrenament sau spații de relaxare.</p> <p>2. Dezvoltarea programelor de antrenament și competiții: Clubul poate dezvolta programe de antrenament și competiții pentru a atrage și reține mai mulți membri și pentru a crește veniturile.</p> <p>3. Parteneriate cu școli și comunitatea locală: Clubul poate stabili parteneriate cu școli sau alte organizații locale pentru a atrage mai mulți tineri și pentru a promova tenisul în comunitate.</p>	<p>1. Creșterea concurenței: Creșterea numărului de cluburi de tenis sau de facilități sportive din zonă ar putea intensifica concurența și ar putea afecta participarea și veniturile clubului.</p> <p>2. Condiții meteorologice neprevăzute: Corturile gonflabile pot fi expuse la riscul de deteriorare în cazul condițiilor meteorologice neprevăzute sau extreme, cum ar fi furtunile sau ninsoarele abundente, care ar putea afecta integritatea structurii.</p> <p>3. Schimbările în preferințele și obiceiurile de consum: Schimbările în preferințele de divertisment și activități sportive ar putea afecta cererea pentru tenis sau pentru facilitățile clubului.</p> <p>4. Criza de resurse energetice sau alte crize economice</p>

Datorită capacității de a folosi terenul în aer liber cu copertină retractabilă pentru a găzdui mai mulți jucători și a organiza mai multe evenimente concomitent, TennisClub are o oportunitate excelentă de a diversifica oferta sa și de a extinde activitățile desfășurate pe terenurile sale. Această capacitate sporită poate atrage un număr mai mare de jucători și vizitatori, consolidându-și poziția în comunitatea locală și atrăgând noi segmente de clienți. De asemenea, TennisClub poate profita de această oportunitate pentru a organiza evenimente speciale, cum ar fi turneele sau festivalurile de tenis, atrăgând astfel și mai mult interes și participare.

Analiza SWOT pentru Open Air Arena/Amfiteatru:

Puncte forte	Puncte slabe
<p>1. Spații versatile: Open Air Arena oferă spații flexibile care pot fi adaptate pentru diverse tipuri de evenimente și activități în aer liber, oferind o gamă largă de opțiuni pentru organizatori și participanți.</p> <p>2. Locație atrăgătoare: Amplasarea în aer liber și sub cerul liber oferă un cadru natural și plăcut pentru evenimente și activități recreative, atrăgând astfel participanți și vizitatori.</p> <p>3. Utilizarea pe tot parcursul anului: Capacitatea de a transforma Open Air Arena într-un patinoar în timpul sezonului rece adaugă extinde calendarul de evenimente și creșterea potențialului de venituri.</p> <p>4. Locuri de parcare rezervate.</p>	<p>1. Dependența de vreme: Open Air Arena este vulnerabilă la condițiile meteorologice extreme sau la schimbările bruște ale vremii, ceea ce ar putea afecta planificarea și desfășurarea evenimentelor.</p> <p>2. Limitări sezoniere: Datorită naturii activităților în aer liber, Open Air Arena poate avea o activitate redusă sau chiar să fie închisă în sezoanele reci sau în condiții meteorologice nefavorabile, ceea ce poate afecta veniturile și rentabilitatea.</p>
Oportunități	Amenințări
<p>1. Diversificarea programului de evenimente: Open Air Arena poate să profite de versatilitatea sa pentru a organiza o varietate de evenimente și activități, cum ar fi concerte, festivaluri, târguri, petreceri private, proiecții de film în aer liber, etc., atrăgând astfel un public mai larg și diversificând sursele de venit.</p> <p>2. Colaborări cu parteneri locali: Dezvoltarea de parteneriate și colaborări cu alte afaceri locale, cum ar fi restaurantele, barurile, sau alte atracții turistice, poate aduce beneficii reciproce și poate crește expunerea și atracția Open Air Arena.</p>	<p>1. Competiția din partea altor locații: Există posibilitatea ca Open Air Arena să fie în competiție cu alte locații similare în aer liber sau cu alte facilități de divertisment, ceea ce poate reduce cota de piață și veniturile.</p> <p>2. Schimbările climatice: Schimbările climatice pot afecta frecvența și intensitatea condițiilor meteorologice, ceea ce poate crește incertitudinea și riscul asociat cu activitățile desfășurate în aer liber și poate afecta afacerea în ansamblu.</p>

B. ORGANIZARE ȘI MANAGEMENT

B 1. Istoric

Conform Statutului Societății cu Răspundere Limitată “Arena Națională” din 25 februarie 2020, Societatea este constituită de stat ca unic asociat în scopul promovării modului sănătos de viață, prin dezvoltarea culturii sportului și condițiilor de agrement adecvate și accesibile pentru cetățenii țării, precum și atragerea și organizarea pe teritoriul Republicii Moldova a evenimentelor culturale și sportive de nivel regional și internațional, promovând imaginea pozitivă a țării pe plan internațional în acest sens.

Principalele genuri de activitate ale societății:

1. Închirierea și exploatarea bunurilor imobiliare proprii sau închiriate;
2. Activități de gestionare a sălilor de spectacole;
3. Activități de închiriere și leasing de bunuri recreative și echipament sportiv;
4. Alte servicii de rezervare și asistență turistică;
5. Activități de organizare a expozițiilor, târgurilor și congreselor;
6. Alte activități de servicii suport pentru întreprinderi n.c.a.;
7. Activități de interpretare artistică (spectacole);

8. Activități suport pentru interpretarea artistică (spectacole);
9. Activități de creație artistică;
10. Activități ale bazelor sportive;
11. Activități ale cluburilor sportive;
12. Alte activități sportive;
13. Alte activități recreative și distractive n.c.a.

Activitatea Societății este organizată conform prevederilor Legii nr.135/2007 privind societățile cu răspundere limitată.

Ideea acestei afaceri aparține Guvernului, realizată prin intermediul parteneriatului public privat. Complexul Chișinău Arena este construit pe terenul cu suprafața de 69,2224 ha (numărul cadastral 3153209.003, amplasat pe str. Calea Orheiului, nr.130 în comuna Stăuceni, mun. Chișinău) transmis SRL Arena Națională în calitate de aport în capitalul social al societății, în scopul asigurării implementării parteneriatului public-privat.

Conceptul de dezvoltare a complexului ”Chișinău Arena” este fondat pe îmbinarea eficientă între sport, afaceri și divertisment, consacrat să creeze un mediu propice pentru concurență și mediul de afaceri.

Strategia complexului ”Chișinău Arena” vizează obiectivul de a deveni o verigă importantă, cu un rol major, pe piața activităților sportive și de divertisment din Republica Moldova, contribuind la dezvoltarea rețelei construite în jurul a trei variabile interconectate: actori, activități și resurse.

Componentele infrastructurii de bază ale complexului (centre de profit) cu potențial de generare a plus valorii sunt următoarele:

1. ARENA (Sala Mare, Sala Mică și spații adiacente, Bufet)
2. SCUARUL ARENA MARE & SCUARUL ARENA MICĂ
3. AQUA CENTER & PISCINĂ EXTERNĂ
4. FITNESS CLUB & SPA
5. AQUAPARK
6. TENIS CLUB (open air & indoor);
7. AMFITEATRUL și teritoriul aferent (open air)
8. PATINOAR & ROLLERDROM (open air)
9. PARCARE AUTO

B 2. Management, Resurse Umane

MANAGEMENT

Nume și prenume	Funcția	Studii/ Specializări
STANCIU Sergiu	Administrator SRL Arena Națională	Superioare - design; specializare în management corporativ
SURUCEANU Dan	Viceadministrator	Superioare - istoria artei, artă plastică și design; critică de artă

Administratorul SRL Arena Națională este un lider experimentat și dedicat, cu o vastă experiență în management. Acesta este responsabil de coordonarea generală a operațiunilor și de asigurarea funcționării eficiente a întregului complex, posedând următoarele caracteristici:

Cunoștințe solide în management: Administratorul Arena Națională are o înțelegere profundă a aspectelor legate de administrarea unei arene de dimensiuni mari. Deține cunoștințe extinse în domenii precum gestionarea evenimentelor, managementul și administrarea resurselor umane, planificarea financiară și dezvoltarea strategiilor de afaceri pe termen lung.

Experiență vastă în industrie: Cu o carieră solidă în domeniul evenimentelor și al facilităților sportive, administratorul are experiență în organizarea și coordonarea unor evenimente majore, cum ar fi concerte, expoziții, competiții sportive și conferințe. Această experiență îl pregătește să gestioneze cu succes operațiunile complexe ale SRL-ului Arena Națională.

Abilități de leadership și comunicare: Administratorul este un lider carismatic și inspirat, capabil să motiveze și să îndrume echipa sa către atingerea obiectivelor comune. De asemenea, este un

comunicator eficient, capabil să stabilească și să mențină relații de colaborare atât cu clienții, cât și cu partenerii de afaceri.

Orientare către calitate și excelență: Administratorul Arena Națională este dedicat oferirii unei experiențe de calitate superioară clienților și participanților la evenimente. Este preocupat de implementarea celor mai bune practici în domeniu și de asigurarea că toate aspectele operaționale sunt gestionate conform standardelor ridicate de calitate și siguranță.

Prin aplicarea cunoștințelor, specializărilor și experienței sale, administratorul SRL Arena Națională este capabil să influențeze pozitiv evoluția firmei, conducând-o către succes și consacrare în industria evenimentelor și a facilităților sportive.

Manager Arena Mare și Arena Mică are o experiență bogată în managementul de evenimente și în administrarea facilităților sportive. Acesta este un lider dedicat, cu o înțelegere profundă a nevoilor clienților și a tendințelor din industrie. Acesta are o vastă experiență în coordonarea evenimentelor majore, cum ar fi concerte, competiții sportive și conferințe. Experiența sa în gestionarea echipelor și a logisticilor complexe îl pregătește să conducă cu succes procesele operaționale aferente platformelor Arena Mare, Arena Mică și să asigure desfășurarea fără probleme a evenimentelor majore. De asemenea, cunoștințele sale solide în marketing și în relațiile publice îl ajută să promoveze complexul și să atragă evenimente de prestigiu.

Manager Aqua Center: Managerul Aqua Center este un expert în domeniul industriei de agrement și spațiilor de relaxare acvatică. Cu o experiență vastă în managementul complex al unui centru de recreere, acesta are cunoștințe profunde în ceea ce privește întreținerea piscinelor, siguranța acvatică și crearea unui mediu confortabil și relaxant pentru clienți. Experiența sa în gestionarea personalului și în furnizarea de servicii de înaltă calitate îl ajută să conducă cu succes operațiunile Aquacenter și să asigure satisfacția clienților.

Manager TennisClub: Managerul TennisClub este o doamnă pasionată a tenisului cu o vastă experiență în organizarea competițiilor sportive și în gestionarea facilităților de tenis. Aceasta are cunoștințe profunde despre echipamentele și infrastructura necesare pentru a oferi o experiență de tenis de calitate superioară clienților. Experiența sa în antrenarea jucătorilor și în organizarea evenimentelor sportive îl pregătește să conducă cu succes operațiunile TennisClub și să promoveze dezvoltarea tenisului în comunitate.

Misiunea Departamentului de marketing și vânzări vizează promovarea produselor și serviciilor SRL Arena Națională și creșterea vânzărilor.

Obiectivele departamentale și organizaționale:

- 1) *Creșterea cotei de piață:* Departamentul de Marketing și Vânzări își propune să crească prezența și influența companiei pe piață, atrăgând noi clienți și consolidând relațiile cu cei existenți.
- 2) *Creșterea vânzărilor:* Unul dintre principalele obiective ale departamentului este de a genera venituri prin creșterea numărului de vânzări. Acest lucru poate fi realizat prin dezvoltarea și implementarea unor strategii de marketing și vânzare eficiente, precum și prin gestionarea și îmbunătățirea procesului de vânzare.
- 3) *Dezvoltarea și promovarea brandului:* Departamentul de Marketing și Vânzări lucrează pentru consolidarea și promovarea imaginii de marcă a companiei în rândul publicului țintă. Acest lucru implică elaborarea și implementarea unor strategii de branding coerente, precum și gestionarea comunicării și reputației brandului.
- 4) *Îmbunătățirea relației cu clienții:* Departamentul se concentrează și pe menținerea și dezvoltarea relațiilor cu clienții existenți. Acest lucru poate fi realizat prin oferirea de servicii de înaltă calitate, comunicare eficientă și personalizată cu clienții și oferirea de soluții adaptate nevoilor lor.
- 5) *Analiza pieței și a concurenței:* Este important ca departamentul să monitorizeze continuu piața și concurența pentru a identifica tendințele, oportunitățile și amenințările din mediul extern. Acest lucru poate ajuta la adaptarea și ajustarea strategiilor de marketing și vânzare pentru a rămâne competitiv pe piață.

6) *Cresterea eficientei operationale*: În plus față de obiectivele legate de vânzări și marketing, departamentul poate viza și îmbunătățirea eficienței operaționale prin optimizarea proceselor interne, utilizarea eficientă a resurselor și reducerea costurilor.

C. PLAN DE MARKETING

Piața și promovare a noului produs/ serviciu:

C 1. Strategie de marketing. Clienții potențiali

Reieșind din faptul că complexul reprezintă o arenă polivalentă care permite îmbinarea sportului și a activităților de recreere, oferind spații pentru activități sportive și de divertisment destinate diferitelor categorii de vârstă, respectiv și consumatorii/clientii sunt diverși, reprezentând diferite segmente. În acest sens, baza de date a consumatorilor a fost analizată prin prisma următoarelor eșantioane: (i) persoane fizice, (ii) firme, (iii) instituții publice și (iv) client corporativ (B2B).

(i) Persoane fizice

Segmentul majoritar al clienților persoane fizice (50%) îl reprezintă tineretul, ca și categorie de populație dinamică, cuprinsă între vârsta de 18- 40 ani, implicată activ în toate aspectele vieții sociale și culturale.

În jur de 10% din eșantionul clienților Complexului Chișinău Arena sunt adolescenții, o categorie activă și implicată în activități sportive, recreative și distractive.

Complementar, aproximativ 10% sunt copii, evidențiind interesul lor pentru experiențe și activități recreative adaptate vârstei lor.

În cele din urmă, segmentul adulților reprezintă restul de 30% din clienții Complexului Arena Chișinău. Această categorie cuprinde persoanele mature, care sunt interesate de relaxare, îngrijirea sănătății și participarea la evenimente sociale și culturale.

(ii) Firme

Eșantionul consumatorilor reprezentat de firme este divizat în conform domeniului serviciilor prestate, și anume, divertisment, sport și organizarea evenimentelor expoziționale și conferințe.

Domeniul divertisment (55%):

Arena Mare, Arena Mică și Amfiteatrul pot atrage majoritatea clienților din acest segment, deoarece aceste platforme oferă facilități pentru relaxare, divertisment și organizarea de evenimente culturale și sport.

Majoritatea contractelor cu persoane juridice se referă la activități din domeniul divertismentului, conform datelor raportate pentru anul 2023. În plus, este de evidențiat faptul că unii agenți economici organizează mai multe evenimente pe parcursul anului.

Astfel, conform calendarului de evenimente prealabil, pentru anul 2024 sunt preconizate organizarea a 30 de evenimente, în baza contractelor cu următoarele firme:

1. Bis Concert International
2. Live Tickets
3. S.R.L. Dublu Sens
4. BR Media Grup
5. GNB Agency
6. SolarWind
7. Belle Expo
8. Ticket
9. Versus Artist
10. Suhih Production

11. Busuioc TV
12. RB Agency

Domeniul sport (25%):

Clienții firme care vor beneficia de servicii din domeniul sportului și facilități pe platformele Aqua Centru, TennisClub, Arena Mare, Arena Mică și Amfiteatrul:

7. S.R.L. BioProtect (Arena Mică, fotbal)
8. Eventica
9. Decoratii.md
10. S.R.L. Arpikrom (patinaj)
11. S.R.L. Swimming Club (înot)
12. S.R.L. MEGA D&N (tenis)

Conferințe și expoziții (20%):

Arena Mare și Arena Mică pot atrage o parte a clienților din acest segment, deoarece este un spațiu potrivit pentru organizarea de conferințe, expoziții și alte evenimente corporative, educaționale și culturale de amploare.

7. S.R.L. Profile Communication
8. Philip Morris International
9. Purina ProPlan
10. Auto Blog
11. Covoare Ungheni
12. Tractor.md

(iii) Instituții publice:

Pe eșichierul dat se conturează trei categorii de beneficiari:

- autoritățile guvernamentale:
 - Cancelaria de Stat,
 - Ministerul Educației și Cercetării,
 - Ministerul Culturii,
- instituțiile publice din domeniul cultură și educație,
- autoritățile administrației publice locale.

Această categorie include edituri, muzee, teatre, biblioteci, școli, universități și alte entități din domeniul culturii, educației și sport, care pot beneficia de serviciile și facilitățile oferite de complexul Arena Chișinău pentru organizarea de evenimente culturale și educaționale, cum ar fi conferințe, expoziții, spectacole, lansări de carte, gala laureaților sau alte manifestări artistice și culturale;

- instituții publice care contactează servicii de antrenament pentru angajați sau de locațiune:
 - I.P. Agenția Servicii Publice,
 - Serviciul Protecție și Pază Stat,
 - I.P. USMF Testemițeanu
- organizațiile sportive:
 - Comitetul Național Olimpic,
 - Federația Națională de Tenis
 - Federația Independentă a Sporturilor și Natație FISN,
 - Comitetul Paralimpic din Republica Moldova,
 - Federația Sportivă Națională de Triathlon din Republica Moldova FTRM;

- Federația de Polo pe Apă
- Federația de Pentatlon din Republica Moldova
- Federația de baschet din Republica Moldova

Putem declara cu certitudine că au devenit clienți fideli ai complexului Școala Sportivă Specializată de Înot și Școala specializată pentru copii și tineret a rezervelor olimpice de polo pe apă „Delfin”, cu care sunt încheiate contracte anuale de dare în locațiune a culoarelor bazinului olimpic.

(iv) Client corporativ (B2B)

- MasterCard
- Julius Meinl
- S.R.L. Varavara Club
- S.R.L. Biopotect
- S.R.L Credit Rapid
- S.R.L. Euroinstal
- S.R.L. Comdia Software

Anul 2024 (N)

Vânzări preconizate pe clienții Lei	Produse/servicii, Lei					Total	
	Arena Mare	Arena Mică	Aqua Center	Tennis Club	Open Air	Lei	%
Persoane fizice		200 000	9 790 350	4 000 000		13 990 350	48,58
Firme	7 200 000	3 700 000			2 200 000	13 100 000	45,49
Instituii de stat	500 000		1 209 650			1 709 650	5,93
Total						28 800 000	100

Anul 2025 (N+1)

Vânzări preconizate pe clienții principali Lei	Produse/servicii, Lei					Total	
	Arena Mare	Arena Mică	Aqua Center	Tennis Club	Open Air	Lei	%
Persoane fizice			12 000 000	4 500 000		16 500 000	52,88
Firme	7 600 000	4 000 000			2 500 000	14 100 000	45,19
Instituii de stat	600 000					600 000	1,93
Total						31 200 000	100

Anul 2026 (N+2)

Vânzări preconizate pe clienții principali Lei	Produse/servicii, Lei					Total	
	Arena Mare	Arena Mică	Aqua Center	Tennis Club	Open Air	Lei	%
Persoane fizice		300 000	12500 000	4 700 000		17 500 000	52,08
Firme	8 000 000	3 800 000		500 000	2 800 000	15 100 000	44,94
Instituii de stat	1 000 000					1 000 000	2,98
Total						33 600 000	100

C 2. Concurenți potențiali

Ca urmare a accesării și analizării paginilor oficiale ale cluburilor sportive, sălilor de concerte și pentru organizarea expozițiilor au fost identificați următorii concurenți

Nr.	Firme concurente în condițiile lansării pe piața a produselor/serviciilor noi	Ponderea pe piața (%)
1	<p>Clubul SPORT PARK, situat în sectorul Râșcani al municipiului Chișinău, este un complex sportiv care oferă o gamă variată de servicii pentru a satisface nevoile diferitelor categorii de clienți:</p> <ul style="list-style-type: none">- <i>Facilități de fitness și culturism:</i> SportPark dispune de o sală de fitness bine echipată, cu o gamă variată de echipamente pentru antrenamentul cu greutăți libere, aparate cardio și echipamente de culturism. De asemenea, poate oferi asistență din partea instructorilor pentru cei care doresc să își îmbunătățească condiția fizică sau să își dezvolte masa musculară.- <i>Bazinul pentru înot:</i> are o lungime de 25 m și 9,5 m lățime, cu 4 culoare de înot. Adâncimea variază de la 1,6 m până la 1,8 m. Bazinul este dotat cu sisteme de încălzire a apei, menținându-se temperatura optimă de 28-29°C, iar dezinfectarea apei se face prin procesul de electroliză a sării (fără adaos de clor).- <i>Terenuri sportive:</i> Complexul include terenuri de sport pentru fotbal, baschet, tenis și alte sporturi de echipă. Acestea sunt disponibile pentru închiriere atât pentru activități recreative, cât și pentru competiții sau evenimente sportive.- <i>Activități pentru copii:</i> Sport Park oferă și activități dedicate copiilor, cum ar fi lecții de înot, cursuri de dans sau alte programe recreative. Aceste activități sunt concepute pentru a promova un stil de viață sănătos și activ încă de la o vârstă fragedă.- <i>Săli de conferințe și evenimente:</i> Pentru evenimente corporative sau private, Sport Park poate oferi săli de conferințe și spații destinate pentru organizarea diverselor evenimente, cum ar fi seminarii, conferințe, petreceri sau team-building-uri.- <i>Cafenea și zonă de relaxare:</i> Complexul include o cafenea sau o zonă de relaxare unde clienții se pot relaxa și socializa după antrenamente sau activități sportive. Aici se pot servi băuturi și gustări sănătoase, contribuind la întreținerea unui stil de viață echilibrat.- <i>Evenimente sportive și competiții:</i> Sport Park poate găzdui diverse evenimente sportive și competiții, atrăgând atât participanți cât și spectatori. Aceste evenimente pot contribui la promovarea spirit.	
2	<p>Niagara Fitness Club, amplasat în orașul Chișinău str. Ghidighici 5, este un complex modern ce oferă facilități de fitness și wellness, inclusiv echipamente de ultimă generație, clase de grup variate și programe personalizate de antrenament.</p> <p>Este dotat cu piscină cu lungimea de 25 de metri, cu patru benzi a câte trei metri fiecare, care corespund standardelor olimpice.</p> <p>Bazin separat pentru copii, jacuzzi, zonă pentru aqua aerobică și diving.</p> <p>Temperatura de +28°C și +32°C, indiferent de clima de afară.</p> <p>Sala de forță este dotată cu 60 de aparate și echipament pentru toate grupele de mușchi. Sunt oferite peste 50 de tipuri de antrenamente de grup în trei săli pentru aceste activități cu diverse exerciții: aqua qym, pilates, stretching, antrenamente de forță, lecții de dans, aerobică.</p> <p>Niagara deține o zonă specială pentru practicarea artelor marțiale. Sala de arte marțiale este dotată cu podea acoperită în totalitate cu saltele, pentru amortizarea căderii în timpul sparring-ului, bandă de alergare, haltere, funii de fitness și o zonă</p>	

Nr.	Firme concurente în condițiile lansării pe piața a produselor/serviciilor noi	
	Denumirea firmei și serviciile oferite	Ponderea pe piață (%)
	<p>pentru întindere. Antrenamente de Karate, Taekwondo, Muay Thai, Box și Kickboxing individuale și de grup.</p> <p>La fel, există teren de tenis în aer liber care funcționează tot anul împrejur, iar în sezonul rece este încălzit și acoperit, temperatura aerului fiind de până la 17 grade Celsius. Meciurile sunt asistate de antrenori profesioniști. De asemenea, copiii cu vârsta 5 - 16 ani pot practica tenisul.</p>	
3	<p>Reteaua Cluburilor Aquaterra pune la dispoziția clienților săi un program de antrenamente fitness în grup, acesta fiind realizat de cei mai buni experți în domeniu. Sala de fitness este echipată cu toate cele necesare pentru practicarea activă a exercițiilor fizice. Abordarea individuală a fiecărui client și atenția acordată detaliilor în timpul orelor de fitness sunt punctele forte a echipei de antrenori. Abonamentele de fitness pot fi personalizate și adaptate după nevoile fiecărui client în funcție de nivelul de pregătire fizică a acestuia.</p> <p><i>Aqua Terra Oazis</i>, amplasat în sectorul Râșcani, mun. Chișinău, oferă o gamă diversificată de servicii de wellness și relaxare, inclusiv terapii cu apă, masaj, saună și tratamente corporale.</p> <p>Bazinul de 25 de metri este destinat înotului activ. Antrenamentele în bazin contribuie la dezvoltarea și relaxarea corpului.</p> <p><i>Școala de sport pentru copii Aquaterra</i> (amplasată în sectorul Ciocana, mun. Chișinău) oferă o gamă largă de activități sportive, creative și de dezvoltare pentru pici de orice vârstă. De la arte marțiale și gimnastică pentru copii până la petreceri interactive, toate stau la dispoziția micilor campioni care adoră să-și petreacă activ timpul liber. Iar bazinul pentru bebeluși este o adevărată descoperire pentru părinții care doresc să descopere limitele copilului său.</p>	
4	<p>Palatul Sporturilor al Universității de Stat din Moldova str. Ismail, 1 din mun. Chișinău</p> <p>Bazin de înot de 25 de metri cu o filtrare constantă.</p> <p>La piscina sînt dușuri separate și vestiare cu dulapuri de la cheie.</p> <p>Program: luni- sîmbătă- 08:00- 21:00, duminică-08:00 și 20: 00.</p> <p>Pret: 70 lei - 45 de minute.</p> <p>Prețul abonamentului este de 700 lei pentru 12 ore.</p>	
5	<p>Tennis Club Aliten, situat pe strada Calea Orheiului nr. 1 în Chișinău, este un complex sportiv specializat în tenis, care oferă o gamă variată de facilități și servicii pentru pasionații acestui sport și dispune de:</p> <p><i>Terenuri de tenis acoperite și descoperite:</i> Clubul dispune de terenuri de tenis atât acoperite, cât și descoperite, permițând practicarea acestui sport în orice condiții meteorologice, cu suprafață dură sau cu zgură. Aceste terenuri sunt bine întreținute și pot fi rezervate pentru sesiuni de antrenament sau meciuri.</p> <p><i>Școală de tenis și instrucție profesională:</i> Tennis Club Aliten oferă cursuri de tenis pentru toate nivelurile de experiență, de la începători până la avansați. Instruitorii calificați oferă lecții personalizate pentru a îmbunătăți tehnica și abilitățile de joc ale participanților.</p> <p><i>Program pentru copii:</i> Clubul organizează programe speciale pentru copii, care includ cursuri de tenis adaptate vârstei și nivelului de experiență. Aceste programe sunt concepute pentru a dezvolta abilitățile de joc ale copiilor și pentru a le promova interesul pentru tenis încă de la o vârstă fragedă.</p> <p><i>Competiții și turnee:</i> Tennis Club Aliten găzduiește diverse competiții și turnee de tenis, atât pentru amatori, cât și pentru profesioniști, oferind jucătorilor</p>	

Nr.	Firme concurente în condițiile lansării pe piața a produselor/serviciilor noi	
	Denumirea firmei și serviciile oferite	Ponderea pe piață (%)
	<p>oportunitatea de a se măsura în competiții locale sau regionale și de a-și demonstra abilitățile de joc în fața altor pasionați de tenis.</p> <p>Pe lângă facilitățile de tenis, Tennis Club Aliten poate oferi și alte servicii suplimentare, cum ar fi <i>săli de fitness</i>, vestiare și dușuri, precum și o zonă de relaxare și socializare pentru membrii clubului.</p> <p><i>Evenimente sociale și de networking:</i> Tennis Club Aliten organizează și evenimente sociale și de networking pentru membrii săi, oferind oportunități de socializare și interacțiune între pasionații de tenis.</p>	
6	<p>Bazinul Aliten, situat pe strada Calea Orheiului, nr. 1 în Chișinău, dispune de bazine de înot atât pentru adulți, cât și pentru copii, cu vestiare și dușuri, închiriere de echipament de înot și acces la barul sau cafeneaua din incintă, permițând tuturor să se bucure de activitatea de înot într-un mediu sigur și controlat.</p> <p>Dimensiunile și adâncimea bazinelor sunt adecvate pentru diferite niveluri de experiență și vârste.</p> <p><i>Lecții de înot:</i> Pentru cei care doresc să își îmbunătățească abilitățile de înot, bazinul Aliten oferă lecții de înot pentru copii și adulți, conduse de instructori experimentați și calificați.</p> <p><i>Aquafitness și aerobic în apă:</i> În plus față de înot, bazinul Aliten oferă și clase de aquafitness și aerobic în apă, care combină exercițiile de fitness cu beneficiile aduse de mișcarea în apă.</p> <p><i>Facilități de relaxare:</i> După antrenament sau înot, vizitatorii bazinului Aliten se pot relaxa și destinde în zona de lounge sau pe sezlongurile din jurul bazinului.</p> <p><i>Servicii Suplimentare:</i> Bazinul Aliten poate oferi și alte servicii suplimentare, cum ar fi vestiare și dușuri, închiriere de echipament de înot și acces la barul sau cafeneaua din incintă.</p>	
7	<p>Palatul Național „Ion Sulac” strada Pușkin 21, din Chișinău este o instituție culturală și de divertisment de prestigiu, dedicată promovării și susținerii artei și culturii moldovenești. Este amplasat într-un impunător edificiu, cu arhitectură modernă și elegantă. Designul său oferă o atmosferă impresionantă și plăcută, potrivită pentru evenimente culturale și artistice deosebite.</p> <p><i>Săli de spectacol:</i> Palatul dispune de mai multe săli de spectacol echipate cu facilități tehnice moderne, adaptate pentru diferite tipuri de evenimente, cum ar fi concerte, spectacole de teatru, conferințe sau expoziții de artă.</p> <p>Superba sală de spectacole, cu circa <i>2000 de locuri</i>, se constituie din parter cu amfiteatru, loje și balcon.</p> <p><i>Evenimente culturale și artistice:</i> Acest loc este renumit pentru găzduirea unor evenimente culturale și artistice de înaltă calitate, care includ concerte de muzică populară, spectacole de teatru, expoziții de artă plastică și spectacole speciale dedicate sărbătorilor naționale sau evenimentelor culturale importante, oferind publicului oportunitatea de a se bucura de tradiții și valori culturale.</p> <p><i>Promovarea artiștilor locali și internaționali:</i> Palatul oferă o platformă pentru artiștii locali și internaționali să își prezinte talentele și creațiile, contribuind astfel la promovarea și dezvoltarea scenei culturale din Republica Moldova.</p> <p><i>Accesibilitate și servicii adiacente:</i> Palatul Național <i>Ion Sulac</i> oferă servicii adiacente, cum ar fi parcare, facilități pentru persoanele cu dizabilități, precum și facilități de alimentație și băutură, pentru a asigura confortul și satisfacția publicului său.</p>	
8	<p>Palatul Republicii, amplasat str. Maria Cebotari 16, mun. Chișinău, impresionează prin arhitectura sa monumentală și impunătoare, în stilul arhitectural socialist</p>	

Nr.	Firme concurente în condițiile lansării pe piața a produselor/serviciilor noi	
	Denumirea firmei și serviciile oferite	Ponderea pe piață (%)
	<p>clasic. Construcția sa masivă și linii elegante îl fac unul dintre cele mai iconice edificii din Chișinău.</p> <p><i>Săli de conferințe și evenimente:</i> Palatul Republicii dispune de mai multe săli de conferințe și evenimente, echipate cu facilități moderne și tehnice adecvate pentru a găzdui diverse tipuri de evenimente, cum ar fi conferințe, simpozioane, concerte de muzică clasică și pop sau spectacole de teatru.</p> <p>Sala mare de spectacole de 1000 de locuri.</p> <p><i>Accesibilitate și poziționare:</i> Situat în centrul orașului Chișinău, Palatul Republicii este ușor accesibil pentru vizitatori și locuitorii din jur. Poziția sa centrală îl face o destinație preferată pentru evenimente de importanță națională și internațională.</p>	
9	<p>Teatrul Național de Operă și Balet “Maria Biesu”, situat în centrul orașului Chișinău, bulevardul Ștefan cel mare și Sfânt, 152, este o instituție culturală de prestigiu care găzduiește spectacole de operă, balet și alte evenimente artistice de înaltă calitate.</p> <p>Teatrul de Operă și Balet din Chișinău are o capacitate totală de aproximativ 1.200 de locuri, oferind astfel spațiu suficient pentru a găzdui spectacole ample și pentru a primi un public numeros. Sala principală a teatrului este concepută pentru a oferi o experiență impresionantă și intimă spectatorilor, cu o acustică excelentă și o vizibilitate optimă din orice punct al sălii.</p>	
10	<p>C.I.E. “Moldexpo” S.A. reprezintă un complex modern, unic în republică pe segmentul expozițional, cu o infrastructură dezvoltată, spații expoziționale (5000 m.p. – pe interior și 9100 m.p.–pe exterior), localizate pe un teritoriu cu o suprafață de 22,2 ha, cuprinzând mai multe pavilioane expoziționale și spații pentru conferințe.</p> <p><i>Moldexpo</i> găzduiește o varietate de evenimente și expoziții pe parcursul întregului an, acoperind o gamă largă de domenii, precum industria alimentară, tehnologia informației, construcțiile, agricultura, turismul, moda, sănătatea și multe altele. Aceste evenimente atrag atât expozanți locali, cât și internaționali, precum și un public divers interesat de noile tendințe și produse din diferite sectoare.</p> <p><i>Conferințe și seminarii:</i> În cadrul Moldexpo se desfășoară și numeroase conferințe, seminarii și forumuri pe diverse teme de interes economic, social și cultural. Aceste evenimente aduc împreună experți din diferite domenii pentru a discuta și a dezbate problemele actuale și viitoare.</p> <p><i>Facilități și servicii:</i> Centrul expozițional oferă facilități moderne, inclusiv spații expoziționale bine echipate, sisteme de iluminat și sonorizare, săli de conferințe, servicii de catering și restaurante, precum și servicii de logistică și suport tehnic pentru expozanți și organizatori.</p>	
11	<p>Hoteluri de lux: Multe dintre hotelurile de lux din Chișinău, cum ar fi Radisson Blu Leograd Hotel, Hotel Nobil și Hotel Codru, dispun de săli de conferințe moderne și bine echipate, potrivite pentru evenimente corporative și de afaceri.</p> <p>Unele <i>universități</i> din Chișinău, cum ar fi Universitatea de Stat din Moldova sau Academia de Studii Economice a Moldovei, pot oferi săli de conferințe pentru evenimente academice și științifice.</p>	
12	<p>Centre de afaceri: În Chișinău există și centre de afaceri specializate în furnizarea de spații de birouri și săli de conferințe pentru diverse evenimente corporative și de afaceri. NBC, Business Center Forum, Centrul Internațional de Business SKYTOWER, Centrul de Instruire și Afaceri MACIP.</p>	

Ce puncte tari și puncte slabe au aceștia?

Nr.	Denumirea firmei	Puncte tari	Puncte slabe
1	<i>SportPark</i>	<p>Dispune de o gamă variată de facilități sportive, inclusiv terenuri de fotbal, baschet și tenis.</p> <p>Poate atrage un public divers, oferind activități pentru toate vârstele și nivelurile de experiență.</p>	<p>Poate fi limitat în capacitatea de a găzdui evenimente speciale sau competiții mari.</p> <p>Condițiile meteorologice pot influența utilizarea terenurilor descoperite.</p>
2	<i>Niagara</i>	<p>Beneficiază de o locație centrală și ușor accesibilă.</p> <p>Oferă servicii multiple, inclusiv terenuri de tenis, squash și fitness.</p>	<p>Diversele activități oferite pot duce la o distribuție inegală a resurselor și serviciilor.</p> <p>Competiția în industria fitness-ului poate fi acerbă, cu o creștere a concurenței.</p>
3	<i>Bazinul din Palatul Sporturilor</i>	<p>Este dotat cu facilități moderne pentru înot și sporturi acvatice.</p> <p>Găzduiește diverse competiții și evenimente legate de înot și sporturi acvatice.</p>	<p>Infrastructura veche sau lipsa de modernizare ar putea să deterioreze experiența clienților.</p> <p>Limitările legate de program și accesibilitatea bazinului pot influența utilizarea.</p>
4	<i>Aqua Terra</i>	<p>Oferă servicii de wellness și relaxare, inclusiv tratamente spa și activități de fitness în apă.</p> <p>Este destinat unui public interesat de sănătate și bunăstare.</p>	<p>Costurile mai ridicate pentru serviciile de wellness ar putea limita accesul unor segmente ale pieței.</p> <p>Concentrarea pe servicii premium ar putea restricționa baza de clienți</p>
5	<i>Palatul Național „Ion Sulac”</i>	<p>Instituție culturală prestigioasă: Palatul Național „Ion Sulac” este considerat una dintre cele mai prestigioase instituții culturale și de divertisment din Chișinău, fiind dedicat promovării și susținerii artei și culturii moldovenesti.</p> <p>Arhitectură impresionantă: Edificiul palatului are o arhitectură modernă și elegantă, oferind o atmosferă impresionantă și plăcută, potrivită pentru evenimente culturale și artistice deosebite.</p> <p>Săli de spectacol moderne: Palatul dispune de mai multe săli de spectacol echipate cu facilități tehnice moderne, adaptate pentru diverse tipuri de evenimente, inclusiv concerte, spectacole de teatru, conferințe și expoziții de artă.</p> <p>Evenimente culturale de înaltă calitate: Este renumit pentru găzduirea unor evenimente culturale și artistice de înaltă calitate, precum concerte de muzică populară, spectacole de teatru și</p>	<p>Concurența cu alte locații culturale: În Chișinău există mai multe alte locații culturale și de divertisment care concurează pentru același public și aceleași evenimente, ceea ce poate pune presiune asupra atragerii de spectatori și evenimente importante.</p> <p>Dependența de programul cultural și artistic: Succesul palatului este puternic legat de calitatea și diversitatea evenimentelor culturale și artistice pe care le găzduiește.</p> <p>Schimbările în programul cultural sau artistic poate influența numărul de spectatori și gradul de utilizare a sălilor de spectacol.</p>

Nr.	Denumirea firmei	Puncte tari	Puncte slabe
		<p>expoziții de artă plastică, oferind publicului oportunitatea de a se bucura de tradiții și valori culturale.</p> <p>Promovarea artiștilor locali și internaționali: Palatul oferă o platformă pentru artiștii locali și internaționali să își prezinte talentele și creațiile, contribuind astfel la promovarea și dezvoltarea scenei culturale din Republica Moldova.</p> <p>Accesibilitate și servicii adiacente: Oferă servicii adiacente, cum ar fi parcare, facilități pentru persoanele cu dizabilități și facilități de alimentație și băutură, pentru a asigura confortul și satisfacția publicului său.</p>	
6	<i>Palatul Republicii</i>	<p>Arhitectura monumentală și impunătoare: Palatul Republicii impresionează prin designul său arhitectural, în stilul arhitectural socialist clasic. Construcția masivă și liniile elegante îl fac unul dintre cele mai iconice edificii din Chișinău.</p> <p>Săli de conferințe și evenimente moderne: dispune de mai multe săli de conferințe și evenimente, echipate cu facilități moderne și tehnice adecvate pentru a găzdui diverse tipuri de evenimente, inclusiv conferințe, simpozioane, concerte și spectacole de teatru.</p> <p>Sala mare de spectacole: Sala mare de spectacole cu o capacitate de 1000 de locuri oferă posibilitatea organizării de evenimente ample și spectacole de diverse tipuri, de la concerte la spectacole de teatru.</p> <p>Accesibilitate și poziționare centrală: Situat în centrul orașului Chișinău, este ușor accesibil pentru vizitatori și locuitorii din jur. Poziția sa centrală îl face o destinație preferată pentru evenimente de importanță națională și internațională.</p>	<p>Concurența cu alte locații culturale: Cu alte instituții culturale importante, cum ar fi Teatrul Național de Operă și Balet "Maria Bieșu", Palatul Republicii trebuie să concureze pentru atragerea publicului și a evenimentelor culturale de înaltă calitate.</p> <p>Posibile constrângeri de infrastructură: Datorită vârstei sale și a designului inițial, Palatul Republicii ar putea întâmpina constrângeri de infrastructură sau nevoi de modernizare pentru a răspunde cerințelor actuale ale organizatorilor de evenimente și ale publicului.</p> <p>Posibile probleme legate de gestionarea și întreținerea clădirii: Cu o construcție masivă și vechimea sa, gestionarea și întreținerea Palatului Republicii ar putea reprezenta provocări, inclusiv costuri suplimentare pentru reparații și renovări periodice.</p> <p>Locuri de parcare disponibile în număr mic</p>
7	<i>Teatrului Național de Operă și Balet "Maria Bieșu"</i>	<p>Reputație și prestigiu: Teatrul Național de Operă și Balet "Maria Bieșu" este o instituție culturală de prestigiu, cunoscută pentru spectacolele sale de operă și balet de înaltă calitate. Reputația sa atrage atât artiști talentați, cât și public numeros și apreciativ.</p> <p>Capacitatea mare de locuri: Cu o capacitate totală de aproximativ 1.200 de locuri, Teatrul oferă spațiu suficient</p>	<p>Limitarea genurilor artistice: Deși este specializat în operă și balet, Teatrul Național poate fi perceput ca având o gamă limitată de genuri artistice în comparație cu o locație multivalentă precum Arena, care poate găzdui diverse evenimente, de la concerte la competiții sportive.</p> <p>Concurența cu alte locații culturale: Teatrul Național trebuie să concureze</p>

Nr.	Denumirea firmei	Puncte tari	Puncte slabe
		<p>pentru a găzdui spectacole ample și pentru a primi un public numeros. Aceasta îi permite să organizeze evenimente de amploare și să atragă un public divers.</p> <p>Sala principală a teatrului este concepută pentru a oferi o experiență impresionantă și intimă spectatorilor, cu o acustică excelentă și o vizibilitate optimă din orice punct al sălii.</p> <p>Aceasta contribuie la atmosfera unică și la calitatea spectacolelor.</p>	<p>pentru atragerea publicului și a evenimentelor culturale de înaltă calitate cu alte instituții culturale importante din Chișinău, inclusiv cu Arena, care poate găzdui spectacole și evenimente variate.</p> <p>Relevanța pentru diverse segmente de public: În timp ce opera și baletul pot atrage un segment specific de public, Teatrul Național ar putea întâmpina provocări în atragerea altor categorii de spectatori și în diversificarea publicului său pentru a asigura o utilizare optimă a spațiului său mare de locuri.</p> <p>Locuri de parcare disponibile în număr mic</p>
8	<i>"Moldexpo"</i>	<p>Infrastructură dezvoltată: "Moldexpo" este un complex modern, unic în Republica Moldova pe segmentul expozițional, cu o infrastructură bine dezvoltată. Spațiile expoziționale interioare și exterioare, însumând 5 000 m.p. și respectiv 9100 m.p., împreună cu pavilioanele expoziționale și spațiile pentru conferințe, oferă un cadru adecvat pentru diverse evenimente și expoziții.</p> <p>Variație de evenimente și expoziții: "Moldexpo" găzduiește o varietate de evenimente și expoziții pe tot parcursul anului, acoperind o gamă largă de domenii, cum ar fi industria alimentară, tehnologia informației, construcțiile, agricultura, turismul, moda și sănătatea. Aceste evenimente atrag atât expozanți locali, cât și internaționali, precum și un public divers interesat de noile tendințe și produse din diferite sectoare.</p> <p>Conferințe și seminarii: Pe lângă expoziții, "Moldexpo" găzduiește și numeroase conferințe, seminarii și forumuri pe diverse teme de interes economic, social și cultural. Aceste evenimente aduc împreună experți din diferite domenii pentru a discuta și a dezbate problemele actuale și viitoare.</p> <p>Facilități moderne și servicii: Centrul expozițional oferă facilități moderne, inclusiv spații expoziționale bine echipate, sisteme de iluminat și sonorizare, săli de conferințe, servicii de catering și restaurante, precum și</p>	<p>Concurența cu alte locații de evenimente: În Chișinău există mai multe locații care pot găzdui evenimente, inclusiv Arena Mare, care poate oferi o gamă mai largă de activități și evenimente. "Moldexpo" trebuie să concureze pentru a atrage expozanți și participanți la evenimente într-un mediu competitiv.</p> <p>Dependența de condițiile meteorologice: Deoarece unele dintre spațiile expoziționale sunt în aer liber, "Moldexpo" poate fi afectat de condițiile meteorologice nefavorabile, ceea ce poate afecta desfășurarea unor evenimente sau expoziții în aer liber. Acest lucru poate fi considerat o vulnerabilitate în comparație cu locații interioare, cum ar fi Arena Mare.</p> <p>Amplasarea Centrului pentru refugiați</p>

Nr.	Denumirea firmei	Puncte tari	Puncte slabe
		servicii de logistică și suport tehnic pentru expozanți și organizatori.	

C 3. Principalele avantaje ale serviciilor oferite:

Politica de preț în raport cu calitatea serviciilor oferite.

Dezvoltarea mixului de marketing pentru AQUA CENTER: Crearea strategiilor pentru produs, preț, distribuție și promovare, adaptate la nevoile și preferințele publicului țintă.

Pentru a dezvolta mixul de marketing pentru Aqua Center, vom crea strategii pentru produs, preț, distribuție și promovare, având în vedere gama largă de servicii oferite de acest centru:

1. Produs:

Diversitatea serviciilor: Continuarea oferirii unei game variate de servicii, inclusiv acces la bazinul olimpic, bazinul de antrenamente, fitness, wellness & spa, precum și lecții de înot și alte antrenamente specializate.

Calitate și profesionalism: Asigurarea calității și profesionalismului în toate serviciile oferite, prin angajarea de antrenori calificați și instruitori specializați pentru a oferi o experiență excelentă clienților.

2. Preț:

Flexibilitate în opțiuni de plată: Oferirea de opțiuni de plată flexibile, inclusiv tarife pentru vizite unice și abonamente pentru diferite perioade de timp, pentru a satisface nevoile și preferințele clienților.

Pachete promoționale: Lansarea de pachete promoționale pentru abonamentele pe termen lung sau pentru servicii multiple, pentru a atrage și a fideliza clienții.

3. Distribuție:

Canale de distribuție multiple: Asigurarea unei distribuții eficiente a serviciilor prin intermediul centrului Aqua, site-ului web oficial, agenților de vânzări sau partenerilor de distribuție pentru a ajunge la un public mai larg.

Rezervări online: Facilitarea rezervărilor online pentru lecții de înot, închirierea de culoare și alte servicii pentru a facilita accesul clienților și pentru a eficientiza procesul de programare.

4. Promovare:

Marketing digital: Utilizarea intensivă a marketingului digital pentru a promova serviciile Aqua Center, inclusiv prin intermediul rețelelor sociale, campanii de e-mail marketing și optimizarea motoarelor de căutare pentru a atrage clienți noi.

Parteneriate locale: Dezvoltarea de parteneriate locale cu școli, cluburi sportive și alte organizații pentru a promova serviciile Aqua Center și pentru a atrage un public mai larg.

Prin implementarea acestor strategii de marketing, Aqua Center poate să-și crească vizibilitatea, să atragă și să fidelizeze un număr mai mare de clienți și să-și consolideze poziția pe piață în domeniul sportului și wellness-ului în Chișinău.

Pentru AQUACENTER, o locație dedicată activităților de agrement și de relaxare acvatică, Societatea va aborda politica de preț, calitatea, caracteristicile distinctive, serviciile post-vânzare și alte avantaje, după cum urmează:

1. Politica de preț:

Stabilirea unor prețuri competitive, dar care să reflecte valoarea oferită de AQUACENTER și să acopere costurile de operare și de întreținere a facilităților.

Corelarea prețurilor cu cererea pe piață și cu tendințele din industria agrementului și a turismului.

2. Calitatea:

Asigurarea unei calități superioare în ceea ce privește facilitățile și serviciile oferite de AQUACENTER, inclusiv curățenia și igiena piscinelor și a spațiilor de relaxare, siguranța și confortul vizitatorilor.

Utilizarea echipamentelor și a tehnologiilor moderne pentru a oferi o experiență plăcută și memorabilă clienților.

3. Caracteristici noi sau îmbunătățite față de concurență:

Identificarea și oferirea de facilități și servicii unice sau îmbunătățite care să diferențieze AQUACENTER de alte locații similare.

Dezvoltarea de activități și programe speciale pentru a atrage diverse segmente de public și pentru a satisface nevoile și preferințele variate ale vizitatorilor.

4. Servicii post-vânzare:

Furnizarea de servicii post-vânzare de înaltă calitate, inclusiv asistență și suport pentru vizitatori în timpul sederii lor la AQUACENTER, rezolvarea problemelor și îndeplinirea cerințelor clienților după plecarea lor.

Colectarea și analizarea feedback-ului clienților pentru a îmbunătăți continuu experiența oferită și pentru a răspunde la nevoile și preferințele acestora.

5. Alte avantaje:

Oferta unei game variate de facilități și activități recreative, inclusiv piscine interioare și exterioare, tobogane de apă, zone de relaxare, saune și spa-uri, pentru a satisface diferitele nevoi și dorințe ale vizitatorilor.

Organizarea de evenimente speciale, cursuri și programe pentru copii și adulți, precum și opțiuni de închiriere a spațiilor pentru petreceri private și evenimente corporative.

Prin concentrarea pe aceste aspecte și prin oferirea unei experiențe de calitate superioară și a unor servicii personalizate, AQUACENTER poate să-și asigure succesul și să devină o destinație preferată pentru relaxare și agrement pentru locuitorii din zonă și pentru turiștii care vizitează zona.

Dezvoltarea mixului de marketing pentru TENNIS CLUB: Crearea strategiilor pentru produs, preț, distribuție și promovare, adaptate la nevoile și preferințele publicului țintă.

Pentru a dezvolta mixul de marketing pentru TennisClub, vom lua în considerare nevoile și preferințele publicului țintă, care pot include jucători de tenis amatori, profesioniști, entuziaști ai sportului și familiile acestora. Propunem strategii pentru fiecare element al mixului de marketing:

1. Produs:

Diversificarea ofertei de programe și servicii pentru a satisface diferitele niveluri de experiență și interese ale membrilor, inclusiv lecții individuale și de grup, tabere de tenis pentru copii și adulți, turnee locale etc.

Asigurarea că facilitățile sunt bine întreținute și echipate cu echipamente de calitate pentru a oferi o experiență plăcută și sigură membrilor.

2. Preț:

Segmentarea prețurilor în funcție de nivelul de servicii și facilități dorite de clienți, precum și de venitul și bugetul acestora.

Oferte speciale și pachete promoționale pentru membrii care își prelungesc abonamentele sau care aduc noi membri la club.

3. Distribuție:

Asigurarea unei prezențe online puternice, inclusiv un site web bine dezvoltat și activități de marketing digital pentru a atrage și a reține membri.

Parteneriate cu alte organizații sportive sau instituții educaționale pentru a promova clubul și a atrage noi membri.

4. Promovare:

Utilizarea social media pentru a promova evenimente, oferte speciale și rezultatele membrilor clubului.

Organizarea de evenimente deschise publicului larg, cum ar fi zilele deschise sau demonstrații de tenis, pentru a atrage noi membri și a crește gradul de conștientizare a clubului în comunitate.

În plus, va fi asigurată monitorizarea și evaluare, în mod constant, a eficacității fiecărei strategii de marketing pentru a face ajustări în funcție de feedback-ul membrilor și de schimbările din piață. Prin adaptarea continuă a mixului de marketing la nevoile și preferințele publicului țintă, TennisClub poate să-și mențină și să-și crească baza de membri și să ofere o experiență valoroasă și satisfăcătoare clienților săi.

Pentru TENNISCLUB, o locație dedicată activităților de tenis și agrement, propunem următoarea abordare privitor la politica de preț, calitatea, caracteristicile distinctive, serviciile post-vânzare și alte avantaje:

1. Politica de preț:

Stabilirea unei politici de prețuri competitive, care să reflecte valoarea oferită de TennisClub și să fie accesibilă pentru diversele segmente de clienți, inclusiv pentru jucătorii de tenis amatori și profesioniști.

Oferte speciale și pachete promoționale pentru abonamentele pe termen lung, lecții individuale și de grup sau pentru rezervările timpurii.

2. Calitatea:

Asigurarea unei calități superioare în ceea ce privește facilitățile și serviciile oferite de TennisClub, inclusiv terenuri bine întreținute, echipamente de tenis de înaltă calitate și instruitori profesioniști și experimentați.

Organizarea de turnee și competiții de tenis de calitate pentru a oferi oportunități de dezvoltare și de socializare pentru membrii clubului.

3. Caracteristici distinctive:

Oferirea de programe și activități unice care să diferențieze TennisClub de alte locații similare, cum ar fi sesiuni de antrenament specializate, evenimente sociale și serate tematice.

Dezvoltarea de facilități suplimentare sau inovatoare, cum ar fi terenuri cu suprafețe speciale sau sisteme de iluminare pentru jocuri de noapte, pentru a satisface nevoile și preferințele variate ale membrilor.

4. Servicii post-vânzare:

Furnizarea de servicii post-vânzare de înaltă calitate, inclusiv asistență și suport pentru membrii clubului în timpul șederii lor la TennisClub, rezolvarea problemelor și îndeplinirea cerințelor acestora.

Organizarea de evenimente sociale și activități de networking pentru membrii clubului, pentru a promova interacțiunea și camaraderia între jucători.

5. Alte avantaje:

Oferta unei atmosfere prietenoase și relaxante, în care membrii se simt bineveniți și încurajați să își îmbunătățească abilitățile de tenis și să se bucure de timpul petrecut la club.

Oportunități de parteneriate și colaborări cu alte cluburi de tenis, organizații sportive sau instituții educaționale pentru a oferi avantaje suplimentare și o varietate de activități pentru membri.

Prin concentrarea pe aceste aspecte și prin oferirea unei experiențe de tenis de calitate superioară și a unui mediu prietenos și inclusiv, TennisClub poate să-și asigure succesul și să devină o destinație preferată pentru pasionații de tenis din comunitatea locală și din regiune.

Dezvoltarea mixului de marketing pentru ARENA MARE: Crearea strategiilor pentru produs, preț, distribuție și promovare, adaptate la nevoile și preferințele publicului țintă

Pentru dezvoltarea mixului de marketing pentru Arena Mare, având în vedere avantajele și posibilitățile sale, precum și profilul divers al publicului țintă, creăm strategii pentru fiecare element al mixului de marketing:

1. Produs:

Segmentarea evenimentelor în funcție de specificul acestora, cum ar fi meciuri sportive, conferințe, spectacole sau concerte, și adaptarea facilităților și a serviciilor pentru a satisface nevoile specifice ale fiecărui tip de eveniment.

Asigurarea că Arena Mare oferă o experiență de calitate superioară, beneficiind de facilități tehnologice moderne, inclusiv un sistem sonor de înaltă calitate, luminile reglabile pentru a crea atmosfera dorită și panouri multimedia pentru afișaje impresionante.

2. Preț:

Oferte de preț flexibile, adaptate la diferitele tipuri de evenimente și la bugetele organizatorilor.

Pachete promoționale și reduceri pentru clienții care încheie contracte pe termen lung sau care rezervă evenimente repetate.

3. Distribuție:

Dezvoltarea unei strategii de distribuție care să permită accesul ușor la bilete și informații despre evenimente, prin intermediul unui site web bine dezvoltat și al parteneriatelor cu platforme de vânzare de bilete online.

Colaborarea cu agenții de organizare a evenimentelor și cu organizatorii de spectacole pentru a promova Arena Mare ca destinație de top pentru evenimente majore.

4. Promovare:

Utilizarea marketingului digital și a rețelelor sociale pentru a promova evenimentele viitoare, oferind sneak peeks din culise, interviuri cu artiștii și sportivii implicați și alte conținuturi atractive.

Organizarea de evenimente deschise publicului larg, cum ar fi tururi ale facilităților sau demonstrații tehnologice, pentru a atrage interesul și a crește gradul de conștientizare a Arena Mare în comunitate.

Prin implementarea acestor strategii adaptate la nevoile și preferințele publicului țintă și la specificul evenimentelor găzduite, ne propunem ca platforma Arena Mare să-și consolideze poziția ca principala destinație de evenimente din Republica Moldova și să atragă un flux constant de organizatori și participanți.

Pentru ARENA MARE, Societatea va pune accent pe următoarele aspecte în ceea ce privește politica de preț, calitatea, caracteristicile distinctive, serviciile post-vânzare și alte avantaje:

1. **Politica de preț:**

Stabilirea prețurilor ar trebui să fie flexibilă și adaptabilă la diferitele tipuri de evenimente găzduite de Arena Mare. Prețurile ar trebui să fie competitive în comparație cu alte locații similare de evenimente, luând în considerare cererea și oferta pe piață.

Este important ca prețurile să fie corelate cu costurile de operare și de furnizare a serviciilor, astfel încât să se asigure o rentabilitate sustenabilă a afacerii.

2. **Calitatea:**

Arena Mare ar trebui să se distingă prin calitatea sa superioară a facilităților și a serviciilor. De la echipamentele tehnologice moderne la infrastructura bine întreținută, toate aspectele ar trebui să reflecte standarde ridicate de calitate.

Asigurarea unei experiențe de eveniment impecabilă, de la sosirea participanților până la plecarea acestora, contribuie la consolidarea reputației Arena Mare ca locație de top pentru evenimente.

3. **Caracteristici noi sau îmbunătățite față de concurență:**

Arena Mare ar putea să ofere caracteristici sau facilități unice care să o diferențieze de alte locații de evenimente. Acestea ar putea include un sistem sonor de înaltă calitate, iluminare versatilă pentru a crea atmosfera dorită și posibilitatea de configurare a spațiului pentru a se adapta la diverse tipuri de evenimente.

Dezvoltarea și implementarea constantă a tehnologiilor și a inovațiilor noi ar putea fi o modalitate de a menține Arena Mare la vârful pieței și de a atrage clienți noi și existenți.

4. **Servicii post-vânzare:**

Arena Mare ar trebui să ofere servicii post-vânzare de înaltă calitate, inclusiv asistență și suport în planificarea și organizarea evenimentelor, rezolvarea problemelor și satisfacerea nevoilor clienților după finalizarea evenimentului.

O comunicare deschisă și transparentă cu clienții și disponibilitatea de a lua în considerare feedback-ul lor pot contribui la creșterea satisfacției și a loialității clienților față de Arena Mare.

5. **Alte avantaje:**

Accesul facil și comod la locație, facilitățile de parcare rezervate și atmosfera plăcută și prietenoasă pot fi considerate avantaje adiționale ale Arena Mare, care să ofere o experiență superioară participanților la evenimente.

Prin urmărirea și implementarea unei politici de preț bine definite, a asigurării calității superioare, a oferirii de caracteristici distinctive și a furnizării de servicii post-vanzare de înaltă calitate, Arena Mare se va impune pe piață și va deveni o destinație preferată pentru organizatorii de evenimente și participanții la acestea.

Dezvoltarea mixului de marketing pentru ARENA MICĂ: Crearea strategiilor pentru produs, preț, distribuție și promovare, adaptate la nevoile și preferințele publicului țintă

Pentru a dezvolta mixul de marketing pentru Arena Mică, având în vedere avantajele și posibilitățile sale, precum și publicul țintă format din organizatori de conferințe și evenimente sportive de dimensiuni mai mici, organul executiv intenționează crearea strategiilor pentru fiecare element al mixului de marketing, după cum urmează:

1. Produs:

Adaptarea facilităților și serviciilor pentru a satisface nevoile specifice ale evenimentelor de dimensiuni mai mici, inclusiv conferințe și competiții sportive cu un public restrâns.

Utilizarea capacității de configurare a spațiului pentru a oferi o experiență personalizată și adaptată fiecărui tip de eveniment, fie că este vorba despre conferințe sau meciuri sportive.

2. Preț:

Segmentarea prețurilor în funcție de tipul de eveniment și de bugetul organizatorilor, oferind pachete personalizate pentru a se potrivi cu diferitele nevoi și cerințe.

Promovarea ofertelor speciale pentru rezervări timpurii sau pentru evenimente recurente pentru a stimula rezervările și a atrage clienți fideli.

3. Distribuție:

Utilizarea unui sistem de rezervare online ușor de folosit și eficient pentru a permite organizatorilor să rezerve spațiul rapid și fără probleme.

Colaborarea cu agenții de organizare a evenimentelor și cu comunitatea locală pentru a promova Arena Mică ca destinație preferată pentru evenimente de dimensiuni mici.

4. Promovare:

Utilizarea marketingului digital și a rețelelor sociale pentru a promova facilitățile și serviciile oferite de Arena Mică, evidențiind avantajele sale precum sistemul sonor modern și posibilitatea de configurare a spațiului.

Organizarea de turnee și demonstrații pentru agenții de organizare a evenimentelor și pentru clienți potențiali pentru a le oferi ocazia să vadă în persoană facilitățile și să experimenteze atmosfera intimă și confortabilă a arenei.

Prin implementarea acestor strategii adaptate la nevoile și preferințele publicului țintă și la specificul evenimentelor găzduite, Arena Mică poate să-și consolideze poziția ca locație de top pentru evenimente de dimensiuni mai mici în comunitatea locală și să atragă un flux constant de organizatori și participanți.

Pentru ARENA MICĂ, care se concentrează pe evenimente mai mici și activități într-un spațiu mai restrâns, următoarele aspecte ar putea fi relevante în ceea ce privește politica de preț, calitatea, caracteristicile distinctive, serviciile post-vanzare și alte avantaje:

1. **Politica de pret:**

Stabilirea unor prețuri competitive, dar sustenabile, care să reflecte cererea pentru evenimente de dimensiuni mai mici și să acopere costurile de operare și de furnizare a serviciilor.

Adaptarea prețurilor în funcție de tipul de eveniment și de bugetul clienților, oferind opțiuni flexibile și personalizate pentru diferitele nevoi și cerințe.

2. **Calitatea:**

Asigurarea unei calități superioare în ceea ce privește facilitățile și serviciile oferite în Arena Mică, chiar și într-un spațiu mai mic. De la echipamentele tehnologice la atmosfera generală a locației, totul ar trebui să reflecte standarde ridicate de calitate.

Concentrarea pe detalii și pe satisfacerea nevoilor clienților, indiferent de dimensiunea evenimentului sau de activitatea desfășurată în Arena Mică.

3. **Caracteristici noi sau îmbunătățite față de concurență:**

Identificarea și oferirea de caracteristici distinctive care să diferențieze Arena Mică de alte locații similare pentru evenimente mai mici.

Dezvoltarea și implementarea de inovații sau tehnologii noi care să îmbunătățească experiența participanților și să satisfacă nevoile specifice ale evenimentelor de dimensiuni mai mici.

4. **Servicii post-vânzare:**

Furnizarea de servicii post-vânzare de calitate, inclusiv asistență și suport în organizarea și desfășurarea evenimentelor, rezolvarea problemelor și îndeplinirea cerințelor clienților după finalizarea evenimentului.

O comunicare eficientă și deschisă cu clienții și disponibilitatea de a răspunde rapid și profesionist la orice solicitare sau întrebare.

5. **Alte avantaje:**

Flexibilitatea și adaptabilitatea spațiului Arena Mică pentru diverse tipuri de evenimente și activități. Atmosfera mai intimă și confortabilă oferită de Arena Mică, care poate fi considerată un avantaj pentru participanții la evenimente mai mici și pentru organizatorii care caută o experiență mai personalizată.

Prin concentrarea pe aceste aspecte și prin oferirea unei experiențe superioare în ceea ce privește calitatea, serviciile și caracteristicile distinctive, Arena Mică poate să se diferențieze pe piață și să devină o destinație preferată pentru evenimente de dimensiuni mai mici în comunitatea locală și în întreaga regiune.

Dezvoltarea mixului de marketing pentru AMFITEATRU: Crearea strategiilor pentru produs, pret, distribuție și promovare, adaptate la nevoile și preferințele publicului țintă

Pentru a dezvolta mixul de marketing pentru Amfiteatru, având în vedere caracteristicile sale unice și variatele evenimente și activități pe care le găzduiește, am putea crea strategii pentru fiecare element al mixului de marketing:

1. **Produs:**

Adaptarea spațiului Amfiteatrului pentru a satisface nevoile și preferințele diverse ale comunității locale și ale vizitatorilor, oferind facilități și infrastructură adecvate pentru concerte, festivaluri, târguri, expoziții, petreceri private, proiecții de film, workshop-uri, spectacole de teatru etc.

Asigurarea unei experiențe de înaltă calitate pentru participanți, indiferent de tipul de eveniment sau activitate, și menținerea unui standard ridicat de întreținere și curățenie a spațiului.

2. **Preț:**

Flexibilitate în politica de prețuri, adaptată la diferitele evenimente și activități găzduite de Amfiteatru.

Oferte speciale și reduceri pentru grupuri mari sau pentru rezervări timpurii, pentru a stimula participarea și a atrage clienți noi și fideli.

3. Distribuție:

Promovarea activă a evenimentelor și activităților găzduite de Amfiteatru prin intermediul canalelor online și offline, inclusiv site web, rețele sociale, pliante, afișe etc.

Colaborarea cu agenții de organizare a evenimentelor și cu comunitatea locală pentru a atrage un număr cât mai mare de participanți și pentru a promova Amfiteatrul ca destinație de top pentru evenimente în aer liber.

4. Promovare:

Utilizarea marketingului experiențial și a conținutului interactiv pentru a evidenția atmosfera vibrantă și diversitatea evenimentelor găzduite de Amfiteatru.

Organizarea de evenimente tematice și colaborări cu influenceri și personalități locale pentru a atrage atenția și a genera interesul publicului.

Prin implementarea acestor strategii, Amfiteatrul poate deveni o destinație de top pentru evenimente și activități în aer liber în comunitatea locală și în întreaga zonă. Adaptabilitatea sa la diverse tipuri de evenimente și activități, împreună cu facilitățile sale moderne și atmosfera sa vibrantă, îl vor transforma într-un loc preferat atât pentru locuitorii din municipiu, cât și pentru vizitatorii din regiune.

Pentru AMFITEATRU, o locație dedicată evenimentelor în aer liber și activităților de sezon, propunem abordarea politicii de preț, calității, caracteristicilor distinctive, serviciilor post-vânzare și a altor avantaje:

1. Politica de preț:

Stabilirea unei politici de prețuri flexibile, care să țină cont de varietatea evenimentelor și activităților găzduite de Amfiteatru, precum și de diferitele segmente de clienți.

Oferte speciale pentru rezervări timpurii sau pentru grupuri mari, pentru a stimula participarea și a atrage un număr cât mai mare de spectatori la evenimente.

2. Calitatea:

Asigurarea unei calități superioare a infrastructurii și a facilităților oferite de Amfiteatru, inclusiv un mediu curat și bine întreținut, echipamente și tehnologii moderne și siguranță pentru participanți.

Organizarea de evenimente de înaltă calitate și de spectacole care să ofere o experiență memorabilă și să satisfacă nevoile și așteptările publicului.

3. Caracteristici distinctive:

Utilizarea unor caracteristici și facilități distinctive care să diferențieze Amfiteatrul de alte locații de evenimente în aer liber, cum ar fi scenarii de iluminare spectaculoase, sistem sonor de înaltă calitate și o gamă variată de configurări spațiale.

Organizarea de evenimente tematice și de activități speciale care să ofere o experiență unică și captivantă pentru participanți.

4. Servicii post-vânzare:

Furnizarea de servicii post-vânzare de calitate, inclusiv asistență și suport pentru organizatorii de evenimente și pentru participanți în timpul desfășurării evenimentelor, precum și soluționarea oricăror probleme sau solicitări după finalizarea evenimentelor.

Colectarea de feedback de la clienți pentru a îmbunătăți continuu serviciile și experiența oferită de Amfiteatru.

5. Alte avantaje:

Oferirea de facilități suplimentare sau de activități conexe, cum ar fi zone de picnic, locuri de joacă pentru copii sau spații de relaxare, pentru a completa experiența participanților la evenimente.

Promovarea Amfiteatrului ca destinație de agrement și de divertisment pentru întreaga familie, cu activități potrivite pentru toate vârstele și preferințele.

Prin concentrarea pe aceste aspecte și prin oferirea unei experiențe de eveniment de înaltă calitate și a unor servicii personalizate, Amfiteatrul poate să-și asigure succesul și să devină o destinație preferată pentru organizatorii de evenimente și pentru publicul larg în căutare de distracție și divertisment în aer liber.

Tipurile de servicii și tarifele pentru serviciile oferite de către S.R.L. Arena Națională au fost aprobate prin Ordinul Administratorului nr.42/06-A din 5 iunie 2023, coordonat în prealabil de către Consiliul Societății, P-V nr.16 din 30.05.2023.

C 4. Reacția previzibilă a concurenței la apariția de noi oferte pe piață:

Măsuri vor lua pentru a reduce impactul negativ asupra vânzătorilor.

Având în vedere aspectele identificate referitor la firmele concurente de pe piața serviciilor sport, Chișinău Arena ar putea adopta o strategie de poziționare care să capitalizeze pe punctele sale forte și să abordeze vulnerabilitățile concurenților:

1. Diversificarea facilităților: Chișinău Arena ar putea oferi o gamă largă de facilități sportive și de agrement, inclusiv terenuri de sport, facilități pentru fitness și wellness, precum și săli de conferințe și spații pentru evenimente.
2. Accesibilitate și Confort: Asigurarea unei locații centrale și ușor accesibile, cu o infrastructură modernă și confortabilă, ar putea atrage un public larg și ar spori satisfacția clienților.
3. Promovarea diversității și flexibilității: Chișinău Arena ar trebui să promoveze versatilitatea sa, putând găzdui o varietate de evenimente, de la competiții sportive și concerte până la conferințe și expoziții, satisfăcând nevoile diferitelor segmente de piață.
4. Calitatea și Serviciile Personalizate: Investiția în facilități moderne și oferirea de servicii de înaltă calitate, precum și o atenție deosebită acordată experienței clienților, ar putea diferenția Chișinău Arena de concurență și ar putea atrage un public fidel.

Când apar noi oferte pe piață, concurența poate reacționa în diferite moduri pentru a reduce impactul negativ asupra vânzătorilor. Acestea includ:

Ajustarea politicilor de prețuri: Concurența ar putea să ajusteze prețurile pentru a deveni mai competitive sau pentru a oferi oferte și promoții pentru a atrage clienți. Aceasta ar putea include reduceri temporare sau pachete promoționale pentru a stimula vânzările.

Îmbunătățirea serviciilor și facilităților: Pentru a menține loialitatea clienților și a atrage noi clienți, concurența ar putea investi în îmbunătățirea calității serviciilor și facilităților. Aceasta ar putea include modernizarea infrastructurii, adăugarea de facilități suplimentare sau îmbunătățirea experienței clienților.

Introducerea de noi produse sau servicii: Pentru a rămâne relevanți pe piață și pentru a atrage noi segmente de clienți, concurența ar putea să lanseze noi produse sau servicii care să se adreseze nevoilor și preferințelor clienților. Aceasta ar putea include diversificarea gamei de produse sau oferirea de servicii inovatoare.

Intensificarea eforturilor de marketing și publicitate: Concurența ar putea să-și intensifice eforturile de marketing și publicitate pentru a-și promova produsele sau serviciile în fața clienților potențiali. Aceasta ar putea include campanii publicitare mai agresive, promovare pe diferite canale media și parteneriate de marketing.

Îmbunătățirea relațiilor cu clienții: Concurența ar putea să acorde o atenție sporită relațiilor cu clienții și să ofere servicii personalizate pentru a construi loialitatea clienților și pentru a îmbunătăți experiența acestora. Aceasta ar putea include oferirea de suport clienți mai eficient și răspunsuri mai rapide la întrebările și solicitările clienților.

C 5. Cum se va realiza distribuția produselor:

Procesul de vânzare organizat de Departamentul marketing și vânzări al Arenei implică mai multe etape bine definite pentru a atrage clienții și pentru a le oferi servicii de înaltă calitate, și anume:

1 etapă. Analiza pieței și identificarea potențialilor clienți:

În prim plan, Departamentul marketing și vânzări al ARENEI analizează în permanență piața pentru a înțelege nevoile clienților potențiali și pentru a identifica segmentele de piață relevante. Această analiză implică cercetări de piață, sondaje și evaluarea concurenței.

II etapă. Crearea și promovarea ofertei:

După identificarea potențialilor clienți și înțelegerea nevoilor acestora, Departamentul marketing și vânzări al Arenei creează o ofertă personalizată care să răspundă cerințelor clienților. Aceasta poate include facilități de închiriere pentru evenimente, abonamente pentru utilizarea regulată a facilităților sau alte servicii personalizate. Oferta este promovată prin diverse canale, cum ar fi publicitatea online și offline, rețelele de socializare, evenimente de promovare și colaborări cu parteneri locali.

III etapă. Contactarea potențialilor clienți și prezentarea ofertei:

Echipa de vânzări contactează activ potențialii clienți și le prezintă oferta personalizată. Acest lucru poate fi realizat prin telefon, e-mail sau întâlniri directe. În timpul prezentării, se subliniază beneficiile oferite de companie și se răspunde la întrebările și nelămuririle clienților.

IV etapă. Negocierea și încheierea contractului:

După ce potențialii clienți au manifestat interes pentru oferta prezentată, se inițiază procesul de negociere a termenelor și condițiilor contractuale. Aceasta poate implica discuții privind prețul, durata contractului, facilitățile incluse și alți termeni specifici. După ajungerea la un acord, se încheie contractul formal între ARENA și client.

V etapă. Monitorizarea post-vânzare și menținerea relației cu clienții:

După finalizarea vânzării, Departamentul de marketing și vânzări continuă să mențină o relație strânsă cu clienții. Acest lucru poate implica solicitarea feedback-ului clienților, oferirea de asistență în rezolvarea problemelor și furnizarea de informații despre evenimente viitoare sau oferte speciale.

VI etapă. Evaluarea performanței și îmbunătățirea continuă:

Pe măsură ce procesul de vânzare progresa, echipa Departamentului de marketing și vânzări evaluează constant performanța și eficacitatea sa. Se identifică punctele tari și punctele slabe ale procesului de vânzare și se fac ajustări pentru a îmbunătăți continuu performanța și rezultatele.

Prin urmare, procesul de vânzare al ARENEI este unul complex și bine gestionat, care implică înțelegerea profundă a pieței și a clienților, oferirea de oferte personalizate și menținerea unei relații solide cu clienții pe termen lung.

Rolul fiecărui membru al departamentului în realizarea obiectivelor de vânzări, după cum urmează: Șeful Departamentului Marketing și Vânzări este responsabil de coordonarea activității subdiviziunii, stabilirea strategiilor generale de marketing și vânzări și asigurarea dezvoltării relațiilor cu clienții cheie și partenerii de afaceri.

- *Managerul de marketing* este responsabil pentru elaborarea și implementarea strategiilor de marketing, supervizează activitățile de branding, promovare și publicitate, precum și analizează datele de piață și comportamentul consumatorilor pentru identificarea oportunităților.

- *Managerul de vânzări* este responsabil de coordonarea activității echipei de vânzări și monitorizarea realizării obiectivelor de vânzări, prin dezvoltarea și implementarea planurilor de acțiune pentru creșterea vânzărilor și extinderea bazei de clienți.

- *Specialistul în marketing digital* este responsabil de gestionarea campaniilor de marketing online și a prezenței pe rețelele sociale, analiza datelor digitale pentru optimizarea performanței campaniilor și creșterea conversiilor, precum și de dezvoltarea și implementarea strategiilor de marketing digital.

- *Specialistul în comunicare și relații publice* este responsabil pentru comunicarea externă a companiei și gestionarea relațiilor publice, elaborarea comunicatelor de presă, gestionarea evenimentelor și relaționarea cu mass-media, precum și promovarea imaginii și reputației companiei în fața publicului și a partenerilor de afaceri.

- *Specialistul în vânzări* interacționează direct cu clienții pentru identificarea nevoilor și încheierea contractelor.

- *Recepționerul* este responsabil de recepționarea apelurilor telefonice, electronice sau redirectionarea către persoane responsabile și oferirea informațiilor despre serviciile prestate de către companie.

C 6. Activități și strategii de promovare a vânzărilor:

Planificarea și lansarea campaniilor de marketing: Dezvoltarea mesajelor, a canalelor de comunicare și a tacticilor de promovare pentru a atrage și reține clienții.

Pentru planificarea și lansarea campaniilor de marketing ale Complexului CHISINĂU ARENA, este important să dezvoltăm mesaje clare și atrăgătoare, să identificăm canalele de comunicare potrivite și să stabilim tacticile de promovare pentru a atrage și reține clienții, în conformitate cu un plan detaliat:

1. Dezvoltarea mesajelor:

- *Promovarea facilităților unice:* Mesajele ar trebui să evidențieze facilitățile și serviciile unice oferite de Chișinău Arena, precum terenurile de sport moderne, sălile de fitness și wellness și facilitățile de evenimente.

- *Experiența de neuitat:* Punctăm experiența de neuitat pe care o oferă Chișinău Arena, fie că este vorba de participarea la un eveniment sportiv, antrenamentul în sălile de fitness sau relaxarea în spațiile de wellness.

- *Diversitatea activităților:* Subliniem diversitatea activităților și evenimentelor găzduite de Chișinău Arena, adresându-ne diferitelor segmente de public și nevoilor acestora.

2. Canalele de comunicare:

- *Website-ul oficial:* Actualizăm și optimizăm website-ul oficial al Chișinău Arena pentru a oferi informații detaliate despre servicii, evenimente și programele curente.

- *Rețelele sociale:* Utilizăm rețelele sociale, cum ar fi Facebook, Instagram și LinkedIn, pentru a promova evenimentele și a interacționa cu publicul țintă.

- *E-mail Marketing:* Lansăm campanii de e-mail marketing pentru a transmite oferte speciale, noutăți și evenimente curente către baza de date a abonaților.

- *Publicitate online și offline:* Plasăm reclame online pe platforme relevante și investim în publicitate offline, cum ar fi afișe și pliante distribuite în locații cheie din Chișinău.

3. Tacticile de promovare:

- *Oferte speciale și promoții:* Lansăm oferte speciale și promoții pentru abonamente, pachete de bilete sau servicii complementare, pentru a atrage noi clienți și a reține pe cei existenți.

- *Parteneriate și colaborări:* Dezvoltăm parteneriate cu alte companii, organizații sportive sau instituții culturale pentru a promova Chișinău Arena și pentru a organiza evenimente comune.

- *Evenimente speciale și lansări:* Organizăm evenimente speciale, lansări de produse sau activități interactive pentru a atrage atenția și a crea buzz în comunitatea locală.

4. Măsurarea performanței:

- *Monitorizarea rezultatelor:* Monitorizăm și evaluăm rezultatele campaniilor de marketing folosind instrumente de analiză web și rapoarte de performanță pentru a înțelege impactul și eficacitatea lor.

- *Feedback de la clienți:* Colectăm feedback-ul și sugestiile clienților pentru a identifica punctele tari și slabe ale campaniilor și pentru a le îmbunătăți în viitor.

Prin implementarea acestui plan strategic, CHISINĂU ARENA poate să-și consolideze poziția pe piață, să atragă și să rețină un număr mai mare de clienți și să-și crească vizibilitatea și impactul în comunitatea locală.

Evaluarea rezultatelor campaniilor: Analiza performanței campaniilor de marketing și vânzări, identificarea punctelor forte și a aspectelor care necesită îmbunătățiri.

Evaluarea rezultatelor campaniilor de marketing și vânzări este crucială pentru a înțelege eficacitatea strategiilor și pentru a identifica zonele care necesită îmbunătățiri. Analiza performanței campaniilor va fi efectuată prin prisma următoarelor criterii:

1. Colectarea datelor:

Date de vânzări: se analizează cifrele de vânzări pentru a evalua impactul campaniilor asupra generării de venituri, cu luarea în considerare a numărului de clienți noi, veniturilor totale și venitului pe cap de client.

Metrici de marketing: sunt colectate date despre metricile de marketing relevante, cum ar fi traficul pe site, conversiile, ratele de click-through, angajamentul pe rețelele sociale și alți indicatori relevanți pentru campanii.

2. Compararea cu obiectivele:

Compararea cu KPI-urile: se compară rezultatele obținute cu obiectivele stabilite inițial, prin evaluarea dacă campaniile au atins sau au depășit KPI-urile (Key Performance Indicators) stabilite, cum ar fi creșterea vânzărilor, creșterea traficului pe site, etc.

3. Identificarea punctelor forte și a aspectelor de îmbunătățit:

Analiza ROI-ului: se calculează Return on Investment (ROI) pentru a evalua eficacitatea campaniilor în funcție de investiția făcută. Se identifică campaniile cu cel mai mare ROI și se analizează factorii care au contribuit la succesul acestora.

Analiza segmentelor de piață: se identifică segmentele de piață care au răspuns cel mai bine la campanii și se analizează caracteristicile și preferințele acestora pentru a îmbunătăți segmentarea și personalizarea viitoarelor campanii.

Evaluarea canalului de marketing: se analizează performanța diferitelor canale de marketing utilizate (online, offline, social media) și se determină care au avut cel mai mare impact și care necesită ajustări sau realocare de resurse.

Feedback de la clienți: Colectarea feedback-ului de la clienți pentru a înțelege experiența lor și pentru a identifica punctele forte și punctele slabe ale campaniilor. Aceste informații se folosesc pentru a face ajustări și îmbunătățiri.

4. Realizarea de ajustări:

Optimizarea campaniilor: În baza datelor și concluziilor analizei efectuate se înaintează propuneri pentru a optimiza campaniile viitoare, cu realizarea ajustărilor în funcție de feedback și învățărilor din campaniile anterioare pentru a maximiza eficiența și impactul.

Planificarea viitoare: datele și concluziile din analiză sunt utilizate pentru a planifica și dezvolta strategii de marketing și vânzări mai eficiente și mai orientate spre rezultate în viitor.

Astfel, datorită parcurgerii acestui proces de evaluare a rezultatelor campaniilor, sunt identificate punctele forte, cu capitalizarea acestora, și concomitent se rezolvă punctele slabe pentru a îmbunătăți continuu performanța și rezultatele organizației.

Cheltuieli pentru promovarea produselor/serviciilor pe categorii de cheltuieli (Lei)	Anul 2024	Anul 2025	Anul 2026
broșuri	200 000	300 000	350 000
Publicitate online (website)	250 000	400 000	500 000
promotii	150 000	200 000	350 000
Mese rotunde	400 000	600 000	800 000
Total cheltuieli de promovare	1 000 000	1 500 000	2 500 000

D. PLAN OPERAȚIONAL (COSTURI DE OPERARE)

D 1. Produsele noi

Produs	Preț	Pondere în vânzări totale
AQUACENTER		
Vizită unică Aquacenter- tarif acces deplin	180 lei/ora	10 %
Abonament de acces deplin la bazinul olimpic, bazinul de antrenamente, Fitness și Wellness & SPA de luni până duminică:	1 lună- 1850 lei 3 luni- 4950 lei 6 luni- 9250 lei 12 luni- 16750 l	50 %
Inchiriere culoare Bazinul olimpic (50 metri)	1 culoar/1 oră- 1000 l	5 %
Bazinul de antrenamente (25 metri)	1 culoar/1 oră - 1500 lei	
Lecții de înot cu antrenor pentru copii Antrenament individual (3 - 5 ani)	30 min 300 lei	15 %
Antrenament individual cu antrenor în bazin (3 - 5 ani)	30 min 400 lei	
Abonament lunar în grup	12 lectii 1950 lei	

(8-10 persoane) 9 - 14 ani Lecții de mot cu antrenor Antrenament individual	1 oră 300 lei	12 %
Antrenament SPLIT	1 oră/pers 250 lei	
Diving și freediving cu programare prealabilă	1 oră 100 lei	2 %
Antrenor fitness cu abonament	1 oră 250 lei	3 %
Antrenor fitness fără abonament	1 oră 300 lei	3 %
TENNIS CLUB		
Vizită unică- tarif acces deplin	140 lei/ora	10 %
Arendă cort Ziua	1 oră 140 lei	40 %
Fără iluminare Seara	1 oră 160 lei	
Cu iluminare		
Arendă terenul principal Cu iluminare	1 oră 280 lei	10 %
Abonament lunar lecții de tenis cu antrenor în corturi acoperite		
Antrenament în grup (5 - 14 ani) Până la 10 persoane	12 lectii 1900 lei	40 %
Antrenament în grup (12-15 ani) Până la 6 persoane	12 lectii 2200 lei	
Antrenament în grup adulți Până la 6 persoane	12 lectii 2200 lei	
ARENA MARE		
Concert internațional	150 000	
Concert național	102 870	
Eveniment corporativ	240 000	
Expo show/business	102 870	
Sport internațional	60 000	
Sport național	45 000	
ARENA MICA		
Sport internațional	36 000	
Sport național	28 000	
Business –conferințe, seminare, traininguri, coachinguri, team bildinguri, corporative, reuniuni comerciale, expoziții	45 000	
Arenda sala per oră/ sport internațional	1 500	
Arenda sala per oră/ sport national	1 200	
OPEN AIR ARENA/AMFITEATRU		
Evenimente internaționale	100 000	
Evenimente naționale	80 000	
Cantonamente Târguri	30 000	
Tabere de vară	100 000	
Reuniuni cu implicarea unui număr mai mare de participanți (tribune +câmp)	100 000	
PATINOAR		
	350 000	
PARCARE AUTO SERVICII PAZĂ		

Lista de tarife "ARENA CHISINAU"

<i>Tip de serviciu</i>	<i>Intervalul de activitate</i>	<i>Pretul MDL (inclus TVA)</i>
" TENNIS CLUB "		
* Arenda cort - 1 ora	07:00/12:00 - 16:00/21:00	140
* Arenda cort - 1 ora	12:00/16:00	120
* Arenda cort - 1 ora	21:00/22:00	160
Abonament - 10 ore	07:00/22:00	1300
Abonament - 50 ore	07:00/22:00	6000
Abonament - 100 ore	07:00/22:00	11000
Abonament - 150 ore	07:00/22:00	13500
GRUP COPII (9-14 ANI) - 1 LUNA		1500
GRUP COPII (5-8 ANI) - 1 LUNA		1500
GRUP AMATORI - BARBATI		1500
GRUP AMATORI - FEMEI		1500
* PRETUL PENTRU PERIOADA RECE A ANULUI DE LA 01 NOIEMBRIE PANA LA 01 APRILIE DE LA 300 LA 700 MDL		
"AQUA CENTER" - ACCES DEPLIN la Bazin 50 m, Bazin 25 m, Sala de forta, zona Sauna		
1 ora	in intervalul 07:00/22:00	180 - 250
1 Culoar - 1 ora Bazin 50 M	in intervalul 07:00/22:00	1000
1 Culoar - 1 ora Bazin 25 M	in intervalul 07:00/22:00	1500
ABONAMENT acces deplin - 1 LUNA		1850
ABONAMENT acces deplin - 3 LUNI		4950
ABONAMENT acces deplin - 6 LUNI		9250
ABONAMENT acces deplin - 12 LUNI		16750
ABONAMENTE INOT CU ANTRENOR - INDIVIDUAL		
30 min - Bazin 50 M, Bazin 25 M		200
1 ora - Bazin 50 M, Bazin 25 M		300
1 ora SPLIT per persoana		250
ABONAMENT INOT CU ANTRENOR - IN GRUP (8-10 persoane)		
Persoana per luna - Bazin 50 M, Bazin 25 M		1950
2. AquaPark		
1 Adult/1 Copil	3 ore	350/persoana
1 Adult/1 Copil	3 + ore, fiecare ora suplimentara	100/persoana
Eveniment privat max 20 persoane.	minim 3 ore	2000/ora
eveniment privat 20+ persoane	minim 3 ore	200/persoana
Antrenament cu antrenor individual Fitness - 1 ora		250
Diving/Freediving - 1 ora		100
"Zona OUTDOOR si INDOR"		
Sesiune foto/video: Zona outdoor/indor persoana fizica - 1000 lei per ora. Zona outdoor persoana juridica - 2000 lei per ora. Zona Indor persoane fizice - 3000 lei/ora Zona indor si outdoor - 3000 lei per ora.		
Publicitate externa		
Chiria lunara pentru fiecare locatie de publicitate indoor/outdoor - de la 9 - 30 euro per m2, la cursul BNM in ziua achitarii.		
Locadune		
	ARENA MARE	
	<i>Persoane (min. si max.)</i>	<i>Suma in EURO incl. TVA (de la)</i>
INTERNATIONAL CONCERT	2500-7500	4500
NATIONAL CONCERT (MDROM)	2500-7500	4500
INTERNATIONAL SPORT	2500	3000
NATIONAL SPORT	2500	1500
EXPO SHOW/BUSINESS	x	4500
	ARENA MICA	
INTERNATIONAL SPORT	300	2700
NATIONAL SPORT	300	1200
BUSINESS	de la 300	2100
	Amfiteatru	
INTERNATIONAL	de la 830	2250
NATIONAL	de la 830	2000
	ARENDA SALA MICA	
Tipuri de activitati	Persoane	Suma per ora incl. TVA (MDL)
Basket	de la 300 pers	de la 1250-1500
Valley		
Futsal		
Badminton		
Rolley		
Dansuri		
Padel		
Pickleball		
Etc.		

D 2. Principalii furnizori de servicii :

Furnizor	Serviciu	Valoarea anuală a achizițiilor (lei)
G.C.C. - SECURITATE SRL	Servicii de mentenanță a sistemului de supraveghere video	24 000,00
G.C.C. - SECURITATE SRL	Servicii de detectare a incendiului	300 000,00
MOLDSISTEMAUTOMATICA SRL	Servicii de stingerea incendiului	120 000,00
GENERATOARE PIESE SRL	Servicii manipulari pentru generatoarele electrice	50 000,00
Ognes Nord SRL	Servicii de curățare și dezinfectare a bazinelor	150 000,00
SCUTUL ENERGETIC IS	Servicii de pază și securitate	200 000,00
LIFTMONTAJ SRL	Servicii deservire ascensoarelor	200 000,00
MAXPROF GRUP SRL	Servicii deservire usilor glisante	50 000,00
PROVITAL BEAUTY SRL	Servicii de amenajare a spațiilor verzi	300 000,00
RT Design Studio SRL ROXLINE MEDIA SRL	Servicii de asistență funcțională și dezvoltare pentru software, site, aplicații, programe	100 000,00
LAIOLA SRL ENGINEERING FACILITY SOLUTIONS SRL GRECOSTIL SRL	Servicii de întreținere a sistemelor de încălzire, aer condiționat și alimentare cu apă, precum și a echipamentelor individuale (cazane, chillere, pompe, arzătoare de diferite tipuri)	850 000,00
PREMIER ENERGY S.R.L.	Lucrări de mentenanță a rețelelor electrice	400 000,00
A.B.S. SRL	Servicii de colectare și transportare a deșeurilor menajere solide	240 000,00
GENERAL ASIGURARI SA	Asigurarea ascensoarelor (6 unități)	3 000,00
ASTERRA GRUP CA S.A.	Asigurarea automobilului	10 000,00
Total		3 997 000,00

D 3. Descrierea procesului tehnologic (impactul asupra mediului)

AQUACENTER, fiind o afacere dedicată activităților de agrement și de relaxare acvatică, poate avea anumite impacte asupra mediului înconjurător. Unele dintre aceste efecte includ:

- Consumul de resurse naturale: Funcționarea unei facilități precum Aqua Center poate implica un consum semnificativ de apă și energie pentru încălzirea apei și pentru funcționarea echipamentelor de filtrare și de întreținere.

- Generarea de deșuri: Activitățile desfășurate în cadrul Aqua Center pot genera deșuri precum ambalaje, materiale plastice și alte resturi, care pot afecta mediul înconjurător dacă nu sunt gestionate corespunzător.

- Impactul asupra ecosistemelor acvatice: În cazul în care Aqua Center utilizează surse de apă naturale pentru facilitățile sale (cum ar fi piscinele cu apă proaspătă), există riscul de a afecta ecosistemele

acvatice locale prin utilizarea excesivă a apei sau prin introducerea substanțelor chimice în mediul înconjurător.

Pentru a minimiza aceste efecte și pentru a promova practici durabile, Aqua Center poate lua în considerare următoarele soluții:

1. Eficiența în utilizarea resurselor: Implementarea tehnologiilor și a practicilor care să reducă consumul de apă și energie, precum sistemele de reciclare a apei și sursele de energie regenerabilă, poate contribui la reducerea impactului asupra mediului.

2. Gestionarea deșeurilor: Implementarea unui program de gestionare a deșeurilor care să includă reciclarea și compostarea poate ajuta la reducerea cantității de deșuri trimise la depozitul de gunoi și la prevenirea poluării mediului înconjurător.

3. Utilizarea de substanțe chimice prietenoase cu mediul: Optarea pentru substanțe chimice de întreținere și de curățare care sunt biodegradabile și non-toxice poate minimiza impactul asupra ecosistemelor acvatice în cazul scurgerilor accidentale sau a scurgerilor în mediul înconjurător.

4. Educația și conștientizarea: Furnizarea de informații și educație pentru angajați și clienți despre practicile durabile și despre importanța conservării mediului poate promova comportamente responsabile și poate spori conștientizarea asupra impactului asupra mediului.

Prin adoptarea acestor soluții și prin angajamentul pentru practici durabile, Aqua Center poate gestiona și reduce impactul său asupra mediului, contribuind în același timp la conservarea resurselor naturale și a ecosistemelor acvatice locale.

În vara anului 2024 Societatea planifică achiziționarea stației de epurare pentru AQUACENTER.

D 4. Cheltuieli anuale de activitate:

Cheltuieli de producție directe	Suma Mii Lei	% din total cheltuieli
Materii prime	1 200 000	5,10
Materiale auxiliare	950 000	4,03
Manoperă directă (salarii + taxe și contribuții sociale)	8 500 000	36,09
Energie, alte utilități	12 000 000	50,96
Servicii sau lucrări subcontractate	800 000	3,40
Alte cheltuieli directe	100 000	0,42
Total cheltuieli directe	23 550 000	100 %
Cheltuieli de producție indirecte	Suma Mii Lei	% din total cheltuieli
Administrație / Management	8 500 000	93,82
Cheltuieli de Birou / Secretariat	300 000	3,31
Cheltuieli de Transport	50 000	0,55
Cheltuieli de protecția muncii și a mediului	10 000	0,11
Alte cheltuieli indirecte	200 000	2,21
Total cheltuieli indirecte	9 060 000	100 %
TOTAL	32 610 000	

D 6. Venituri anuale preconizate pentru fiecare categorie de produs/servicii oferite

Vânzări la capacitatea maximă	Suma (Lei)
Arena Mare, Arena Mica locatiune Evenimente, concerte, spectacole, expozitii	25 000 000
Aqua Center servicii sportive	15 000 000
Tenis Club servicii inchiriere cort tenis	5 000 000
Total	45 000 000

E. CHELTUIELI DE PORNIRE ȘI FINANȚARE (INVESTIȚII NECESARE)

E 1. Descrierea investiției propuse în contextul procesului tehnologic descris anterior

Obiectul investiției	Furnizor	Valoarea estimată (lei)	Durata de amortizare (ani)
Echipamente pentru spațiul Food Curt în Sala Mare, Sala Mică, Aquacentru și Tennis Club		5 200 000	
Echipamentului propriu pentru Sala Mare, Sala Mică și Amfiteatru		5 000 000	
Acoperiș pentru corturile de tenis		5 715 000	
Stație de epurare a apei		2 000 000	
Echipament de publicitate, Panorui led		400 000	
Teren pentru padel		1 200 000	
TOTAL:		19 515 000	

E 2. Modul de asigurare cu utilități:

Unul din scopurile parteneriatului public-privat este crearea oportunității de atragere și organizare pe teritoriul Republicii Moldova a evenimentelor culturale și sportive de nivel regional și internațional, promovând imaginea pozitivă a țării pe plan internațional în acest sens.

Activitatea de bază a SRL „Arena Națională” se desfășoară în domeniul prestării servicii fiind bazată, în principal, pe acumularea venitului din închirierea și exploatarea bunurilor imobiliare proprii ca spații pentru organizarea evenimentelor concertistice, forumuri, expoziții ș.a.; prestarea serviciilor de agrement (antrenamente sportive/tenis, serviciile acvatice în bazine, piscine, tobogane) din contul persoanelor fizice și juridice.

Strategia de activitatea pe termen lung a societății include organizarea spectacolelor și a expozițiilor, crearea produselor artistice și a evenimentelor marcă proprie; organizarea concertelor, festivalurilor; organizarea expozițiilor internaționale specializate destinate profesioniștilor din domeniile abordate, fiind preponderent de tipul B2B (business to business); Accentul prioritar în activitatea comercială a societății este pus pe creșterea veniturilor.

Realizarea unei creșteri anuale a veniturilor cu 30% prin majorarea numărului de evenimente. Diversificarea evenimentelor prin extindere portofoliului pentru a include conferințe, evenimente corporative, competiții sportive, expoziții în săli și în teritoriu exterior, proiecții de film, târguri în aer liber.

Realizarea acestui obiectiv este pus în dificultate, din motiv că societatea nu dispune de echipament propriu și ar fi nevoită să îl închirieze la preț de piață. Acest îngreunează dezvoltarea și acumularea venitului.

Fondul de rulment este necesar pentru a asigura arena polivalentă cu echipamentul și dotările necesare care nu au fost prevăzute în CPPP, dar care sunt indispensabile pentru creșterea rentabilității societății. Așadar, investiția (complexul de construcții, rețelele și dotările aferente ei) nu include echipamente pentru spațiul *Food Curt* în Sala Mare, Sala Mică, Aqua Centru și Tennis Club. Încăperile *bucătărie, bufet, încăperi auxiliare* și altele cu destinație alimentară au fost transmise de Partenerul privat doar cu conexiunile până la nodul de alimentare cu electricitate, apă și canalizare. Realizarea obiectivului de asigurare a alimentației publice în spațiile planificate pentru aceste scopuri, la moment este imposibilă. Este nevoie de a aduce spațiile la condiții de funcționare pentru a pune la dispoziția vizitatorii arenei polivalente produse alimentare de patiserie, fast food, apă, cafea, ceai ș.a. La fel, în zona de Bufet lipsește amenajarea cu frigider, cuptoare, hote, lavoare ș.a.

Suplimentar, enumerăm lipsa echipamentului propriu pentru Sala Mare, Sala Mică și Amfiteatru (boxe sunet concerte, scenă, podium, Lumini separator pliabil zona Vip Arena Mare, garderobă

adițională Arena Mare, garderobă Arena Mică, înveliș protector a parchetului Arena Mică și Arena Mare, sistemul de tichetare și control acces, bannere, panouri electrice, sistem control acces parcare, s.a.); lipsa echipamentului expozițional (panouri publicitare Led, cablaje, stand-uri, mobilier).

F. PLAN FINANCIAR

F 1. Date privind mijloacele fixe care fac obiectul afacerii

UTILAJE, CLĂDIRI, LUCRĂRI, ALTE ACTIVE AMORTIZABILE	Valoarea (Lei)
Clădire Aqua Cetrer Fitness nr. cadastral 3153209.006.02	224 699 950,14
Clădire principala Arena nr. cadastral 3153209.006.01	386 061 222,02
Clădire Tennis Club nr. cadastral 3153209.006.04	9 878 178,52
Clădire Tennis Cort Principal nr. cadastral 3153209.006.03	13 530 828,22
Amfiteatru nr. cadastral 3153209.006.005	15 289 113,10
Aqua Park	6 215 984,58
Corturi de tenis p/u antrenament	16 587 430,48
Drumuri interioare	15 539 961,45
Panou de putere Amfiteatru	196 844,92
Parcare amenajata	20 098 350,15
Patinoar inclusiv sistem de răcire	4 076 794,93
Sistem de iluminare corturi de tenis	828 797,96
Sistem de iluminare parcare	5 179 987,15
Sistema de filtrare si tratare a apei clădire Aqua Center	2 071 994,86
Acces control system clădire Aqua Center	1 243 196,92
Acces control system clădire principala	621 598,46
Ascensor clădire Aqua Center	6 638 742,63
Ascensor clădire principala	10 770 332,89
Asus AiO V241 Black (23.8'FHD IPS Core i3-1115G4 3.0-4.1GHz, 8GB, 512GB, Win 11H	12 546,67
Cazangeria si sistem de încălzire clădire Aqua Center	6 630 383,55
Cazangeria si sistem de încălzire clădire principala	9 323 976,87
Computer Lenovo AIO V50a Achizitii	12 327,50
Monobloc PC / AiO 24-dp 1008 ur AQUA CENTER	14 915,83
Monobloc PC / AiO 24-dp 1008 ur Contabilă sefa	14 915,84
Monobloc PC / AiO 24-dp 1008 ur Office manager	14 915,83
Monobloc PC / AiO 24-dp 1008 ur TENNIS CLUB	14 915,83
Notebook ASUS Vivobook 15 X1502ZA cu Windows 11 Pro Jurist	12 544,17
Notebook ASUS Zenbook UM431DA Resurse Umane	12 480,83

Notebook ASUS Zenbook UM433DA Jurist	12 281,67
Notebook ASUS Zenbook UM433DA_1	12 252,50
Notebook Dell Latitude 5420 Gray	25 540,83
Notebook LENOVO 15,6" V330-15IKB Grey_1 Jurist	12 347,77
Robot aspirator ULTRAMAX	143 533,33
Sistem de generatori cladire Aqua Center	1 553 996,15
Sistem de generatori cladire principala	2 071 994,86
Sistem de UPS si servere cladire principala	1 035 997,43
Sistem de ventilare si conditionare cladire Aqua Center	19 683 951,18
Sistem de ventilare si conditionare cladire principala	24 863 938,33
Sistem de ventilare si conditionare cladire Tenis Club	621 598,46
Sistem de ventilare si conditionare cladire Tenis Cort Principal	414 398,97
Sistema antiincendiara cladire Aqua Center	2 900 792,80
Sistema antiincendiara cladire principala	4 661 988,44
Sistema audio-video cladire Aqua Center	4 869 187,92
Sistema audio-video cladire principala	9 323 976,87
Sistema audio-video cladire Tenis Club	103 599,74
Sistema audio-video cladire Tenis Cort Principal	725 198,20
Sistema de videomonitoring cladire Aqua Center	663 038,36
Sistema de videomonitoring cladire principala	932 397,69
Toyota RAV4	266 085,00
Masina de taiat gard viu pe benzina Husqvarna	7 531,67
Amenajare peisagistica si spatii verzi incl sistem de irigare	60 830 510,83

F 2. Date privind costurile

Nota: costurile pe un an la 100% capacitate

Felul cheltuielii	Valoarea (mii Lei)
Salarii directe (costul total cu salariile – include taxe angajat și angajator)	21 000 000
Utilități (energie, apa, canal, abur, gaz, etc)	12 500 000
Reparații periodice	300 000
Întreținere și piese de schimb	2 500 000
Alte cheltuieli directe	150 000
Cheltuieli administrative	700 000
Cheltuieli de promovare	800 000
Comisioane bancare	200 000
Asigurări	150 000

Alte costuri fixe	50 000
-------------------	--------

F 4. Situația veniturilor și cheltuielilor

Indicator	Valoare (Lei)		
	Anul 2024	Anul 2025	Anul 2026
Venituri din vânzări	24 000 000	26 000 000	28 000 000
Costuri de producție	18 000 000	18 500 000	19 000 000
Profit brut (impozabil)	6 000 000	7 500 000	9 000 000
Impozit pe profit	720 000	900 000	1 080 000
Profit net	5 280 000	6 600 000	7 920 000
Dividende plătite	2 000 000	3 000 000	4 000 000
Profit nerepartizat	3 280 000	3 600 000	3 920 000
Dobânzi scadente	-	-	-
Profit disponibil	3 280 000	3 600 000	3 920 000
Profit disponibil cumulată	3 280 000	6 880 000	3 920 000
Pierderi din activitatea de bază	-	-	-

Vânzări anuale a abonamentelor/serviciilor și venituri colectate din locațiune la 100% capacitate (Lei):
24 000 000 lei.

Profitul net disponibil: 5 280 000 lei

F 5. Bilanțul previzionat

Indicator	Valoare (Lei)		
	Anul 2024	Anul 2025	Anul 2026
A. TOTAL ACTIV			
1. Active circulante			
1.1. Disponibilități bănești	1 500 000	2 000 000	3 000 000
1.2. Active curente	2 000 000	2 500 000	3 000 000
2. Active fixe (la valoarea rămasă)			
3. Pierderi			
3.1. Pierderi din anii precedenți			
B. TOTAL PASIV			
1. Obligații curente	1 000 000	1 200 000	1 300 000
2. Credite pe termen scurt și mediu	-	-	-
3. Capital propriu			
a. Finanțare proprie			
b. Profit nerepartizat ca dividende	-	3 280 000	3 920 000
c. Profit nerepartizat din anii precedenți	-		

F 6. Indicatorii financiari ai afacerii

Indicator	Valoare (in mii Lei)		
	Anul 2024	Anul 2025	Anul 2026
Indicatori de profitabilitate:			
Rentabilitatea activelor	1,5	1,7	1,9
Rata rentabilității nete = Profit net/ Vâzări	0,2	0,3	0,3
Serviciul datoriei			
Punctul critic al vânzării (PCV)			
Rentabilitatea netă a capitalului propriu	0,6	0,5	0,3
Indicatori de lichiditate:			
Rata curentă a lichidității	1,9	2,0	2,3
Rata absolută a lichidității	0,2	0,2	0,2