



YEMİNLİ TERCÜMAN

NO.I MTSVANE SOKAĞI, BATUM

EMLAK DEĞERLEME RAPORU



**CUSHMAN &
WAKEFIELD®**

Tercüme edilmek üzere bana verilen
..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi..... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015



20 Aralık 2015

Dikkatine:

Avrasya Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı

Büyükdere Cad. No.121 Metrocity

A Blok Kat:17, I. Levent

İstanbul, Türkiye.

Sayın AVRASYA GAYRIMENKUL YATIRIM ORTAKLIĞI A.Ş.

İsteğiniz üzerine, No.1, Mtsvane Sokağı, Batum, Gürcistan'daki konut imarına ilişkin teklif edilen imarla ilgili değerlendirme raporumuzu tamamladık. A301 ve A309 ile B301 il B309 numaralı dairelerin (toplamda 18 daire) tahmini toplam satış değeri 1.784.310 USD'dir.

Çalışmanın tamamı ve ulaşılan sonuçlar, söz konusu projenin içinde bulunduğu rekabetçi mesken ve rezidans piyasalarının durumu ve talep özelliklerine ilişkin mevcut bilgilerimize dayanmaktadır.

Bu tür bütün çalışmalarda olduğu gibi, tahmini sonuçlar yetkin ve etkin yönetime dayalıdır ve bu raporun hazırlandığı tarihten sonraki yakın dönemde rekabetçi konumda ciddi bir değişiklik beklenmediği varsayımına dayanmaktadır. Aynı zamanda bölgedeki mevcut ekonomi hakkında yaptığımız değerlendirmelerimize dayalıdır ve an itibarıyla öngörülmesi mümkün olmayan ani bir ekonomik düşüş veya yükseliş dikkate alınmamıştır. Söz konusu projenin ekonomik ömrü boyunca maaşlar ve diğer masraflardaki artışlar oranında, odaların, dairelerin ve diğer hizmetlerin fiyatlarının da, en azından bu yükselişi dengelemek amacıyla, düzenleneceğini tahmin etmekteyiz. Bizim saha çalışmamızı tamamlamış olduğumuz tarih sonrasında meydana gelen olaylar ve koşulları yansıtmak amacıyla bu raporu veya tahmini yıllık işletme sonuçlarını revize etme yükümlülüğümüz bulunmamaktadır.

Sorularınız ya da yorumlarınız varsa lütfen bizi arayınız.

Saygılarımızla

Cushman & Wakefield Georgia LLC

Nick Urushadze MRICS

Andrej Burjanadze | Müdür

Tercüme edilmek üzere bana verilen
..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
beigeyi..... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

İÇİNDEKİLER

1 GİRİŞ	4
1.1 ÇALIŞMANIN ARKA PLANI	4
1.2 METODOLOJİ	5
2 GÜRCİSTAN VE BATUM'UN GENEL İNCELEMESİ	7
2.1 KONUM	7
2.3 DEMOGRAFİK ÇALIŞMA	8
2.4 SOSYAL VE KÜLTÜREL GENEL İNCELEME	9
2.5 EKONOMİK DURUM	10
2.6 ERİŞİM VE ULAŞIM ALTYAPISI	13
2.7 GÜRCİSTAN'DA ULUSLARARASI TURİZM	20
2.8 GÜRCİSTAN'DA İÇ TURİZM	23
2.9 SONUÇLAR	23
3 GAYRİMENKUL PİYASASI ANALİZLERİ	24
3.1 GAYRİMENKUL PİYASASINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER	24
3.2 BATUM'DA GAYRİMENKUL	25
3.3 SONUÇ	34
4 OTEL PİYASASI ANALİZLERİ	35
4.1 OTEL ARZI	35
4.2 REKABETÇİ DURUM/İLGİLİ OTELLER	36
4.3 İLGİLİ OTEL GELİŞTİRME PROJELERİ	39
4.4 REKABETÇİ PERFORMANS/PIYASA TALEBİ	39
4.5 SONUÇLAR VE ÖNEMLİ ÖNERİLER	41
5 SAHA ANALİZLERİ	42
6 PROJE KONSEPTİ	47
7 SONUÇ	55
EK 1: ÖRNEK REZİDANS FİYATLANDIRMASI	56

Tercüme edilmek üzere bana verilen

..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)

belgeyi..... diline tam ve doğru

olarak çevirdiğimi beyan ederim.

MAHMUT DOKGOZ

31 Aralık 2015

I GİRİŞ

I.1 ÇALIŞMANIN ARKA PLANI

No.1 Mtsvane Sokağı, Batum, 4 hektar üzerinde inşa edilecek entegre imar olarak teklif edilmiştir. Önerilen proje imarı şunları hedeflemektedir:

- Üst derecede bir otel ve ikamet kompleksi / ana bina misafir odaları ve hizmetlerin sunulduğu yaşam, perakende, kumarhane ve sağlık spa imkanlarıyla apart otel:

No.1 Mtsvane Sokağı Batum projesini gerçekleştirme sürecinin bir parçası olarak, Cushman & Wakefield | Georgia (CW|VB) ekibinden önerilen proje için bir fizibilite raporu hazırlaması istenmiştir. Çalışmada aşağıdaki merkez piyasalara odaklanılmaktadır:

- Batum emlak piyasası
- Batum otel piyasası

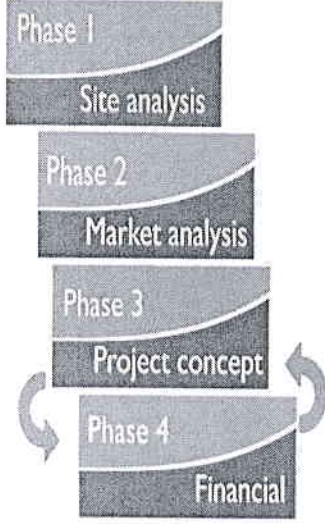
Genel imar bağlamında yukarıdakiler dikkate alınacaktır.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi..... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

1.2 METODOLOJİ

- * Projeye yönelik olarak, aşağıdaki diyagramda görüldüğü üzere dört aşamalı bir yaklaşım geliştirdik.



- * Konum
- * Erişim
- * Altyapı
- * Piyasaya genel incelemesi
- * Piyasa Segmentleri
- * Konsept Geliştirme Tavsiyeleri
- * Finansal Modelleme
- * Nakit akışı analizi ve P&L
- * NPV ve IRR

Aşama 1: Saha analizi

Aşama 2: Piyasa analizi

Aşama 3: Proje konsepti

Aşama 4: Finansal

Yaklaşımımız danışmanlık yaklaşımıydı ve bu raporun hazırlanması esnasında birincil ve ikincil bilgileri kullandık. Bilginin birincil kaynakları Gürcistan'da önde gelen emlak ve ikametgah geliştirme şirketleri, otel grupları ve personelleriyle yaptığımız röportajlar oldu. İkincil araştırma aşağıdaki kaynaklardan derlediğimiz bilgileri içermektedir:

- * Gürcistan Ulusal İstatistik Ofisi
- * Gürcistan Ulusal Turizm İdaresi
- * STR Global
- * Gürcistan Resmi Sicil Dairesi

1.3 ÇALIŞMANIN AMAÇLARI

Bu işin yerine getirilmesindeki amaçlar aşağıda özetlenmiştir:

- * Saha analizi: imarın planlandığı sahanın tanımlanması (örn. Sahanın yeri, erişim, etrafındaki binaların açıklaması v.b.)
- * Piyasa analizi: Entegre bir otel ve ikamet projesi için Batum'da mevcut olan ve gelecekte olabilecek arz ve talep konusunda ve ayrıca teklif edilen projenin belirli bileşenlerine ilişkin değerlendirme yapılması. Aynı zamanda bu talebin özelliklerini ve talep seviyesinde etkili olan faktörleri de açıklayacağız (Örn. Konum, ücretlendirme, pazarlama ve yönetim).
- * Proje kavramsallaştırma düzenlemesi: imar konsepti, aşamalandırma ile ilgili tavsiyelerde bulunulması, optimal büyüklüğün (örn. İkamet birimlerindeki anahtar sayısı ve oran/standart) ve projenin ana bileşen özelliklerinin önerilmesi.
- * Konumlandırma: Tavsiye edilen hedef piyasalarla ilgili önerilerde bulunulması ve çeşitli bileşenlerin karışımının incelenmesi.

- Mali tahminler: işletimsel ve mali performans ile ilgili tahminler hazırlamak ve projenin kazanç potansiyelini yorumlamak; ve
- Proje fizibilite analizi: öngörülen projenin mali sürdürülebilirliğini tahmin etmek için gerekli olan mali hesaplamaları yapmak

1.4 RAPORUN YAPISI

Raporumuz sekiz kısımdan oluşmaktadır:

Birinci kısım çalışmanın hedeflerini anlatmakta ve analiz sırasında kullanılan veri ve bilgi kaynaklarını listelemektedir.

İkinci kısım Gürcistan ve Batum, coğrafi konumu, ekonomik göstergeleri ve son birkaç yıldaki demografik faktörleri hakkındaki genel incelemeyi içermektedir.

Üçüncü kısım Gürcistan'daki yerleşim yeri/ikametgah piyasasına genel hatlarıyla bakmakta ve özellikle Batum bölgesine odaklanmaktadır. Geniş ölçekli imarların arz ve talep özellikleri incelenmekte ve ilgili projeler için özellikli vaka çalışmaları sunulmaktadır.

Dördüncü kısım Batum bölgesindeki otel piyasasının genel bir incelemesidir.

Beşinci kısım, önerilen imar için düşünülen sahanın analizini içermektedir.

Altıncı kısım önerilen proje konseptini, ana proje bileşenlerini açıklayarak sunmaktadır; örn. Otel, ikamet, kumar (iki kumarhane) ve F&B tesisleri.

Yedinci kısım mali fizibilite analizini içermektedir.

Sekizinci kısımda sonuçlar bulunmaktadır.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
..... dijitaldeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi.....TR..... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

2 GÜRCİSTAN VE BATUM'UN GENEL İNCELEMESİ

2.1 KONUM

Gürcistan, Kafkasya bölgesinde, Batı Asya ile Doğu Avrupa'nın kesiştiği bir noktada bulunan, 69.700 metrekare büyüklüğünde bir ülkedir. Batıda Karadeniz, kuzeyde Rusya Federasyonu, güneydoğuda Azerbaycan ve güneyde Ermenistan ve Türkiye ile sınır komşusudur. Ülkenin içinde yeryüzü şekilleri de değişik özellikler göstermektedir. Batı Gürcistan'da yeryüzü ovalar, bataklıklar, ormanlar ve ılık yağmur ormanlarıyla sonsuz büyüklükteki kar ve buzullar varken; ülkenin doğu kısmında yarı çorak düzlükler bile vardır. Gürcistan topraklarının yaklaşık %40'ını ormanlar kaplamakta ve arazinin %10'u ise Alpler/Alp eteklerinden oluşmaktadır. İpek Yolu üzerinde bulunan Gürcistan, toplamı 1 milyardan fazla olan bir nüfusu birbirine bağlayan önemli ekonomik bölgelerin ortasındadır. 27 Haziran 2014'te AB ve Gürcistan, Derinlikli ve Kapsamlı Serbest Ticaret Bölgesini (AA/DCFTA) de içeren benzersiz bir Ortaklık Antlaşması imzaladılar. Bu Antlaşma, AB ile Doğu Ortaklığı arasındaki siyasal ve ekonomik bağları ciddi derecede güçlendirmektedir. Derinlikli ve Kapsamlı Serbest Ticaret Bölgesi, şirketlerin, dünyanın en büyük pazarı olan AB pazarına girmesine imkan vererek, Gürcistan'a pek çok ekonomik fayda sağlayacaktır. Pek çok iş fırsatı yaratılacak, daha iyi ürünler ve hizmetler gelecek ve rekabet gücü hızlanacaktır. AB, Gürcistan Hükümeti ve işletmeleriyle bir arada çalışarak reformun başarılı bir şekilde olmasını sağlayacak, malların ve sanayinin istenen standartlara gelmesi için yardımcı olacaktır. Gürcistan üniter ve yarı başkanlık rejimiyle yönetilen bir cumhuriyet olup, hükümet temsili demokraside seçimler aracılığıyla başa gelmektedir. Küresel enerjinin, bilginin ve ticaretin akışında en kısa transit yollardan birisinin anahtar bağlantı noktasıdır. Aşağıdaki harita, Gürcistan'ın coğrafi özelliklerini göstermektedir.



Harita 1: Gürcistan'ın coğrafi özellikleri

Tercüme edilmek üzere bana verilen
 ..ING... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
 belgeyi.....T.C.....diline tam ve doğru
 olarak çevirdiğimi beyan ederim.
 MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

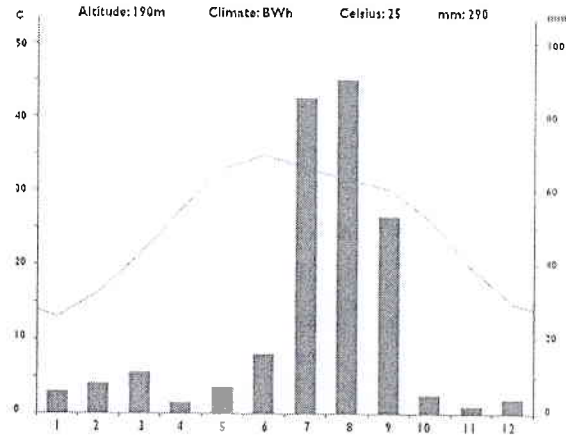
Gürcistan'da iki otonom cumhuriyet, dokuz bölge ve başkent Tiflis bulunmaktadır. Önerilen imar Acaristan bölgesindedir. Bu bölge Gürcistan'ın güneybatı kısmında yer almakta olup, güneyde Türkiye ile komşudur. Acaristan bölgesinin başkenti Batum'dur ve Karadeniz bölgesinin birincil merkez ve geçiş yollarından bir tanesidir. Kutaisi havaalanı bir saatlik mesafededir ve şehir ülkedeki en büyük ikinci şehirdir.

2.2 İKLİM

Gürcistan iklimi ılıman olup, yılda yaklaşık 1350-2520 güneşli saati vardır. Dört ayrı mevsim de vardır. Kışlar genelde soğuk, kar yağışlı olup; ortalama sıcaklık 0 derecedir. Yazlar sıcak ve kuru geçer, sıcaklık ortalama 27 derecedir. İlkbahar ve sonbahar ılıman ve genelde güneşlidir.

Acaristan bölgesinde ise çöl iklimi vardır. Yıl boyunca bölgeye neredeyse hiç yağmur yağmaz. Köppen-Geiger iklim sınıflandırması BWh'dir. Acaristan'daki ortalama yıllık ısı 25 derecedir. Yıllık ortalama yağmur miktarı 290 mm'dir. En kuru ay 2 mm ile Kasım ayıdır. En çok yağmur Ağustos ayında yağar, ortalaması 90 mm'dir. Yılın en sıcak ayı 34.8 derece ile Haziran'dır. Ocak ayında ısı 13 derece civarındadır ve bu tüm yıl genelindeki en düşük ısı ortalamasıdır.

Çizelgede gösterildiği üzere, Acaristan Bölgesinde iklim yazlık plaj yerleşim yerine uygundur. Ek eğlenceler (F&B, kumar, konferans ve spa tesisleri), iklim koşullarından etkilenmediklerinden kış aylarında satışları arttırmak için geliştirilebilir.



2.3 DEMOGRAFİK ÇALIŞMA

2014 Yılında Ulusal İstatistik Bürosu sayımına göre Gürcistan nüfusu 4.5 milyon olup bu nüfusun % 46.1'i şehirlerde yaşamaktadır.

YIL	TOPLAM NÜFUS (1000)	KENT, %	KIRSAL, %
2007	4,394.70	52.5	47.5
2008	4,382.10	52.6	47.4
2009	4,385.40	52.7	47.3

2010	4.436.20	53	47
2011	4.469.20	53.1	46.9
2012	4.497.60	53.2	46.8
2013	4 483.8	53.7	46.3
2014	4 490.5	46.1	53.9

Tablo 1: Gürcistan Nüfusu 2007-2014

Kaynak: Gürcistan Ulusal İstatistik Ofisi

Gürcistan, azınlık dini ve etnik gruplara gösterdiği hoşgörüsüyle tanınır ve bu nedenle bölgedeki en iyi oturmuş çoğulcu toplumdur. Etnik Gürcüler Gürcistan'ın %83.8'ini oluşturur ama Gürcistan'da %6.5 Azeri, %5.7 Ermeni, %1.5 Rus, %0.9 Osetyalı, %0.4 Yezidi, %0.3 Yunanlı, %0.2 Kist, %0.2 Ukraynalı ve %0.1 Abhaz yaşamaktadır.

Gürcistan'da nüfusun neredeyse %54'ü kentlerde yaşamaktadır. Kentlere göç ülkede artan bir eğilimdir ve insanlar kentsel bölgelerde yeni fırsatlar aramak adına aşamalı bir şekilde kırsal kesimleri terk etmektedirler. Tiflis ülkenin en yoğun nüfuslu kenti olup, 1.2 milyon kişiyi barındırmaktadır.

Gürcü Diasporası ile ilgili resmi istatistikler olmasa da, anavatanlarından uzakta yaşayıp gelirden elde eden çok sayıda birey vardır ve bunlar Gürcistan'daki otel ve yerleşim imarları için potansiyel hedef piyasalar olarak değerlendirilebilir. 2014 yılının ilk çeyreğinde yurtdışından Gürcistan'a 323.6 milyon USD tutarında para havalesi gelmiştir ve bu rakam 2013 yılının ilk çeyreğiyle kıyaslandığında %4.2 oranında bir artışı simgelemektedir. BDT kaynaklı para transferlerinde, özellikle Rusya'dan gelen para transferlerinde %5.1'lik düşüş görülmüştür. Ukrayna'dan gelen para miktarında da %6.2'lik düşüş görülmüştür. Ukrayna'daki krizi dikkate alacak olursak, Rusya ve Ukrayna'daki doğrudan yabancı yatırımın azalması ve para transferlerinin de düşmesi önemlidir. AB ülkelerinden gelen para transferi ise %14 oranında artmış olup, özellikle Yunanistan'dan %17.9, İtalya'dan %12.1 oranında artış gözlemlenmiştir.

2.4 SOSYAL VE KÜLTÜREL GENEL İNCELEME

SSCB'nin yıkılmasından önce Gürcistan bu eski Cumhuriyetteki 15 ülkenin kültürel ve sosyal merkezi olarak görülüyordu. Kendini gösteren ve özel bir tür olan halk şarkıları ve ulusal balesiyle öne çıkan Gürcistan'ın bu özelliği, halen benzersiz olarak tanımlanmakta ve tüm komşu ülkeler ve sosyo-coğrafi bölge içinde öne çıkmaktadır.

Gürcistan Cumhuriyeti'nin 1991 yılında resmen bağımsız olması sonrasında bir iç savaş başlamış ve 1993 yılına dek sürmüştür; bu dönemde kültürel ve sosyal gelişim kısıtlanmıştır. 1993'ten itibaren hükümetler demokratik seçimlerle değişmiştir. 2003 yılından itibaren kültürel büyüme süreci uluslararası bağımsız örgütler ve hükümetler arası fonlarla hızlanmıştır. Pek çok kültürel merkez restore edilmiş ve toplumsal kültürel gelişme artmıştır.

Gürcistan'daki eğitim kalitesi son yıllarda hükümetin sağlam takibiyle gelişmiş ve güçlü ekonomik büyüme ile kaliteli özel üniversiteler ve eğitim merkezleri de artmıştır. 2003 yılından itibaren İngilizcenin ikinci bir dil olarak yerleştirilmesi çabaları artmış olmasına rağmen halen Rusça çok sık kullanılmaktadır.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
ING..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi.....TR.....dilime tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHİMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

Gürcistan'daki en popüler sporlar güreş, rugby, basketbol ve futboldur. Gürcistan Avrupa güreş şampiyonalarına ev sahipliği yapmış ve ülkede çeşitli rugby kupaları da düzenlenmiştir. 2015 yılında gençler Olimpiyat Oyunları Gürcistan'da gerçekleştirilecektir. Bunun için altyapı inşaatları 2015 yılının ikinci çeyreğinde tamamlanacak ve projenin tahmini masrafı da 75 milyon USD olacaktır.

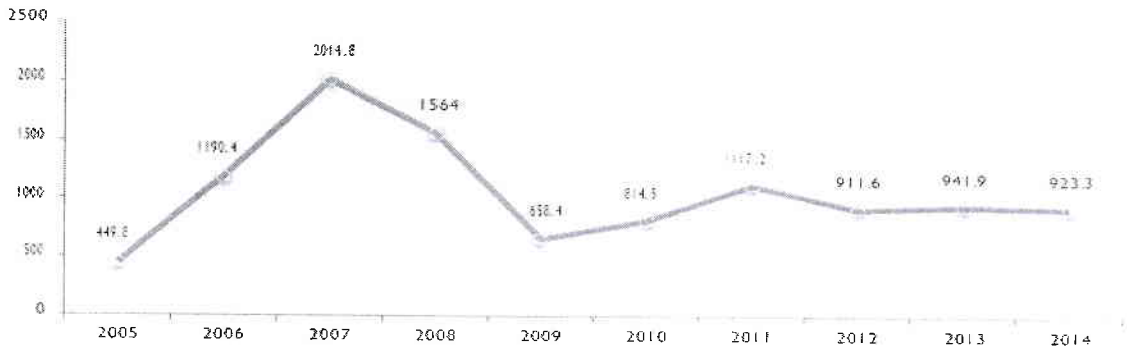
2.5 EKONOMİK DURUM

Gürcistan ekonomisinin 1990'larda yaşadığı iç savaştan dolayı maruz kaldığı ciddi zarara rağmen, IMF ve Dünya Bankası'nın da yardımıyla ülke 2000 yılından itibaren ciddi bir ekonomik büyüme içine girmiş, sağlam bir GSMH artışı olmuş ve enflasyon azalmıştır. GSMH artışı, sanayi ve hizmet sektörlerindeki kazançlarla beraber, 2005-2007 yılları arasında %9-12 aralığında sürmüştür.

Özellikle Rusya'da çalışan Gürcistan vatandaşı göçmen işçilerden gelen uluslararası para transferi, 2007 yılında Gürcistan GSMH'sinin %7'sini oluşturuyordu. 2010 yılında para transferleri, ülke ekonomisine gelen nakit akışı açısından Doğrudan Yabancı Yatırımları (FDI) geçmiştir.

Gürcistan ekonomisi geleneksel olarak Karadeniz etrafında turizm, turunc meyveleri, çay, üzüm, magnezyum ve bakır madenciliği ile şarap, metal, makine, kimyasal ve tekstil üretimlerine odaklandı. Pek çok Sovyet sonrası ülke gibi Gürcistan da 1990'lı yıllarda ciddi bir ekonomik düşüş yaşadı, yüksek enflasyon, ciddi bütçe açıkları ve yüksek oranda vergi kaçırma bu ülkede de görüldü.

2003 yılından itibaren Gürcistan Hükümeti geniş ve kapsamlı reformlarla ülkede neredeyse her alana el attı. Ekonomik reformlar ekonominin liberalleşmesi ve sürdürülebilir ekonomik büyümenin sağlanmasına odaklandı ve bunun da özel sektör reformu ve gelişmeyle olacağı düşünüldü. Cazip bir iş ortamının oluşturulması ülkeye ciddi manada Doğrudan Yabancı Yatırım gelmesini sağladı ve daha yüksek ekonomik büyüme oranlarının meydana çıkmasına neden oldu.



Grafik 1: Gürcistan'da Doğrudan Yabancı Yatırım

Kaynak: Gürcistan Ulusal İstatistik Ofisi

Ekonomik reformlara dayalı olarak, Gürcistan ekonomisi çeşitlilik göstermiş ve 2004-2007 yılları arasında bakıldığında GSMH yılda ortalama %10'luk bir reel artış göstermiştir. En yüksek orana 2007 yılında %12.3 ile erişilmiştir. 2004-2007 yılları arasında Gürcistan ekonomisi %35

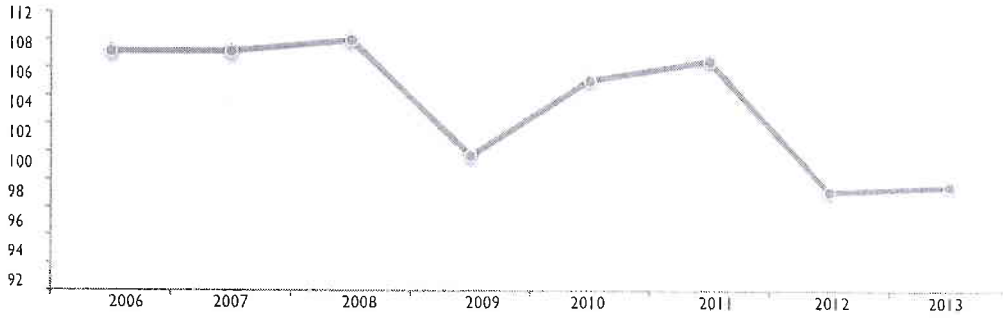
Tercüme edilmek üzere bana verilen
...dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi...TE...diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

3 1 Aralık 2015

2009 yılında ekonomide yaşanan hafif bir duraksamanın ardından (%-3.8), 2010'da GSMH reel büyümesi %6.3, 2011'de %7.2, 2012'de %6.1 ve 2013 yılında %3.2 olmuştur.

2011 yılında Gürcistan'da yıllık enflasyon oranı, 2007 yılıyla kıyaslandığında %1.4 oranında bir büyüme göstererek %8.5'e erişmiştir. Enflasyon oranındaki artış temel olarak ülke içindeki gıda fiyatlarını doğrudan etkilemiş olan küresel çaptaki gıda fiyatı artışıdır, zira Gürcistan tüketici sepeti endeksinde gıdanın oranı bir hayli fazladır. 2012 yılında tüketici fiyat endeksi %99.1, 2013 yılında ise %99.5 olmuştur.

Gürcistan Müşteri Fiyat Endeksi, 2006-2013



Grafik 2: Tüketici Fiyat Endeksi, Gürcistan

Kaynak: Gürcistan Ulusal İstatistik Ofisi

Gürcistan temel ekonomik aktiviteleri, turunc meyveleri, çay, üzüm, fındık; magnezyum ve bakır madenciliği ile alkollü ve alkolsüz içecekler, metal, makine, uçak ve kimyasal ürünlerini içerir. Ülke neredeyse gerekli tüm doğalgaz ve petrol ürünleri ihtiyacını ithal etmektedir. Enerji arzı açısından büyüyen bir bileşen olarak hidroelektrik kapasitesi artmaktadır.

2008 yılının Ağustos ayında Rusya ile yaşanan çatışma sonrasında GSMH büyümesi yavaşlamış ve 2009 yılında doğrudan yabancı yatırımlarla işçilerin para havalelerinin azalmasını takiben küresel finansal krizin de etkisiyle negatife dönüşmüştür. Ekonomi 2010-2011 yıllarında tekrar kendine gelmiş, büyüme oranları yılda %5'ten fazla olmuştur.

Aşağıdaki tablo Gürcistan'ın temel ekonomik göstergelerinin bir özetiştir:

İNDEKS

GSMH (reel büyüme oranı- 2014 ilk 3 çeyrek)	%6.1
GSMK- kişi başı, mevcut fiyatta (2014*)	\$2,670
İşsizlik Oranı (2013)	%14.6
CPI (2013)	99.5
Merkez Bankası Yeniden finanse etme oranı (Şubat 2014)	%4.0
Ticari bankalar faiz oranları:	%11-18
Tarım- ürünler:	Turunçgiller, üzüm, çay, fındık, sebze, çiftlik hayvanları.
Sanayi:	Çelik, uçak, makine aletleri, elektrikli cihazlar, madencilik (magnezyum ve bakır), kimyasallar, ahşap ürünler, şarap.
Sanayi üretimi büyüme oranı (2013)	%2
İhracat (2014)	\$ 2861Mn.

İhracat Ürünleri:	Motorlu araçlar %22, Demir alaşımlar %10, Gübre %7, şarap %7, Bakır cevheri %7, Diğer ürünler %47
İhracat ortakları (I. Çeyrek 2014)	Azerbaycan %21, Ermenistan %11, Rusya %10, US %9.5, Türkiye %7, Ukrayna %8, Diğer ülkeler %43
İthalat (2014)	\$ 8596 Mln.
İthalat ortakları (I. Çeyrek 2014)	Türkiye %17, Azerbaycan %10, Çin %9, Rusya %7, Ukrayna %6, Diğer ülkeler %51 Döviz oranları:
Gürcü Lirası/ABD Doları -	1.8978 (2014 tahmini.)

Tablo 2: Gürcistan Makroekonomik Göstergeler

Kaynak: Gürcistan Ulusal İstatistik Ofisi

IMF ve Dünya Bankası tarafından hazırlanmış olan en son "İş Yapma Kolaylığı Sıralaması"nda Gürcistan; "Elektrik Almak", "Kredi Almak", "Vergi Ödemek", "Sınırlar arası Ticaret Yapmak", "Sözleşmelerin Yürürlüğe Konması" gibi konularda daha iyi sıralamalar elde etti. Ancak ülke aynı zamanda "Yatırımcıların Korunması" ve "İflasın Çözülmesi" gibi hususlarda biraz düştü.

KONU SIRALAMA	DB 2014 SIRALAMA	DB 20123SIRALAMA	SIRALAMADA DEĞİŞİM
İş Kurma	8	7	↓ -1
İnşaat İzinleriyle Uğraşmak	2	2	Değişiklik yok
Elektrik bağlatma	54	54	Değişiklik yok
Mülkiyet Sicili	1	1	Değişiklik yok
Kredi Almak	3	3	Değişiklik Yok
Korunma	16	16	Değişiklik Yok
Vergi Ödeyen Yatırımcılar	29	32	↑ 3
Sınırlar Arası Ticaret	43	45	↑ 2
Sözleşmelerin Uygulanması	33	33	Değişiklik Yok
Acz Halinin Çözümü	88	92	↑ 4

Tablo 3: İş Yapma Sıralamaları

Kaynak: İş Yapmak 2014

Tercüme edilmek üzere bana verilen
...İMG... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi.....DK.....diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.

MAHMUT DOKGÖZ

2.6 ERİŞİM VE TAŞIMA ALTYAPISI

2.6.1 YOL ALTYAPISI

Gürcistan'da üç tür araç yolu vardır: Uluslararası yollar, devlet yolları ve yerel yollar. Uluslararası yollar aşağıdaki haritada gösterilmiş olup, toplamda 1565 kilometre uzunluğundadır ve Rusya, Ermenistan, Azerbaycan ve Türkiye ile 13 sınır noktası vardır.



Bölgesel Gelişme ve Altyapı Bakanlığı tarafından yayınlanan eylem planına göre; 2014 yılı için hızlı otopan konusunda büyük bir inşaat planlanmaktadır. 140 kilometre uzunluğunda inşaat işi başlayacaktır (7 paralel kısım):

- Ruisi-Agara Kısmı
 - İnşaatı yapılacak yolun uzunluğu – 19,5 km
 - 3,5 km. asfalt 2013'te döküldü; 2014/2015'te 16 km. daha dökülecek
 - 4 köprü, 2 köprü üst geçidi, 5 yol kanalı inşa edilecek
 - Proje Bütçesi- 70,8 Milyon Gürcistan Lirası
- Agara-Zemo Osiauri Kısmı
 - İnşaatı yapılacak yolun uzunluğu – 12 km
 - İnşaat işlerinin başlangıcı/sonlandırılması – 2014-2016.
 - İhale Prosedürleri devam etmektedir
- Zestafoni-Kutaisi Kısmı
 - İnşaatı yapılacak yolun uzunluğu – 15,2 km
 - İnşaat işleri 2013 yılında başlamış olup 2015 yazında bitecektir
 - Proje Bütçesi- 118,5 Milyon Gürcistan Lirası

Tercüme edilmek üzere bana verilen
 dilindeki asıl (fotokopisi/faks)
 belgeyi..... diline tam ve doğru
 olarak çevirdiğimi beyan ederim.
 MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

- Kutaisi çevre yolu
 - İnşaatı yapılacak yolun uzunluğu – 17,3 km
 - 6.2 asfalt beton 2013'te dökülmüştür; İşlerin bitirilmesi 2014/2015 yılı için planlanmaktadır
 - 5 köprü, 1 köprü üst geçidi, 4 yol kanalı yapılacaktır
 - Proje Bütçesi- 127 Milyon Gürcistan Lirası
- Kutaisi çevre yolunun Samtredia kısmı
 - İnşaatı yapılacak yolun uzunluğu – 25,6 km
 - 6.2 km asfalt beton 2013'te dökülmüştür; İşlerin bitirilmesi 2014 yılı için planlanmaktadır
 - 3 köprü ve 5 yol kanalı bu proje için planlanmıştır
 - Proje Bütçesi- 115 Milyon Gürcistan Lirası
- Samtredia-Grigoleti Kısmı
 - 30 km yol
 - İnşaat 2014 yılı başında başladı
 - İhale prosedürleri bitti. Bir sonraki kısmın tasarımı hazırlanıyor.
- Kobuleti bypass road
 - İnşaatı yapılacak yolun uzunluğu – 18.9 km
 - 2013'te başlandı, 2016 yılında bitecek
 - 16 köprü ve 2 tünel hazırlanıyor
 - Proje Bütçesi- 209,8 Milyon Gürcistan Lirası

Yukarıdaki kısımların tamamlanması sonrasında hızlı otoban ülke içindeki turistlerin önerilen imar noktasına erişimlerini arttıracak, aynı şekilde Ermenistan, Azerbaycan ve diğer doğu ülkelerinden gelen turist sayısında da artış olacaktır. Bu durum, projenin hedef piyasalar açısından erişilebilirliğini kesinlikle arttıracak ve genel seyahat süresi azalacaktır.

2.6.2 HAVADAN ERİŞİM

Gürcistan son yıllarda bir turizm noktası olarak büyüdüğü için havadan erişim de artmıştır. Şu anda Gürcistan'ın üç adet uluslararası havaalanı vardır: Tiflis, Batum ve Kutaisi havaalanları.

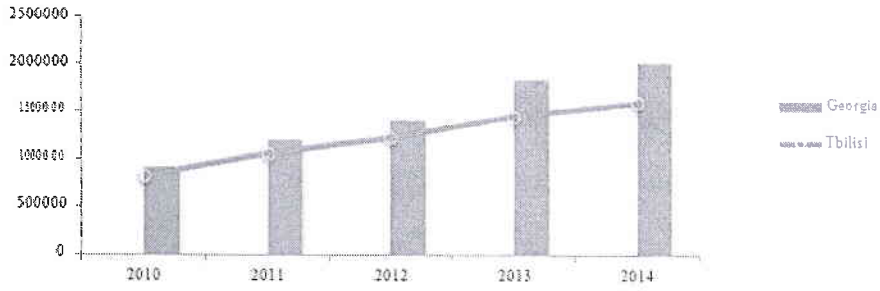
Tiflis havaalanını, Gürcistan'a çıkış kapısı olarak ve Kutaisi ile Batum havaalanlarını ise Karadeniz sahiline ve önerilen imar alanına en yakın havaalanı olarak analiz ettik.

TİFLİS ULUSLARARASI HAVAALANI

2007 yılında yeniden yapılmış olan Tiflis havaalanı ülkedeki ana hava erişim noktasıdır ve yolcu trafiğinin yaklaşık %87'sini teşkil eder. 2014 yılı içinde 2.008.171 yolcuya hizmet sunarak 2013 yılına göre %9,5 artış göstermiştir.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi..... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHİMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015



Grafik 3: Tiflis vs. Gürcistan Yolcu sayısı

Kaynak: Gürcistan Hava Ajansı

Yeniden inşa sürecinde yeni bir uluslararası terminal, otopark, yollarda geliştirme ve zemin kullanım ekipmanı satın alınması yer almıştır.

Havaalanından kent merkezine tren yolu linki oluşturuldu. Kakheti Otobanı, havaalanından Tiflis merkeze gitmektedir. Havaalanının tasarımı güncel ve işlevsel olup, toplam 25.000 metrekare kullanım alanına sahiptir. Gelecekteki genişlemeler için planlar bulunmaktadır. Yeni terminal binasının kapasitesi yılsa 2,8 milyon yolcudur.

Tiflis Havaalanına yerel ve uluslararası şirketlerle beraber, Pegasus Havayolları ve Atlasjet gibi ucuz hava şirketleri de sefer düzenlemektedir.

BATUM ULUSLARARASI HAVAALANI

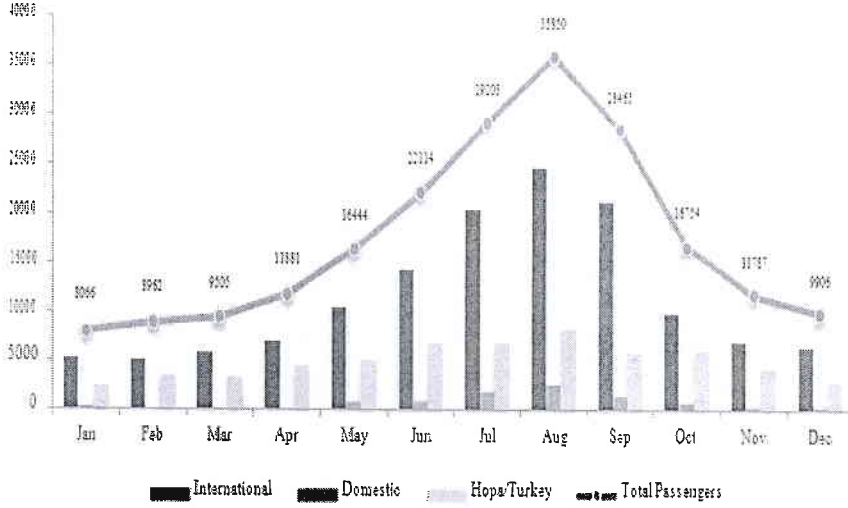
Batum havaalanı, 2007 yılında yeniden inşa edilmiş olup Batum'un 2 km. güneyinde ve Türkiye'nin Hopa ilçesinin 20 km. kuzeydoğusunda bulunmakta ve hem Gürcistan hem de kuzeydoğu Türkiye için iç ve uluslararası havaalanı olarak hizmet etmektedir. İki ülke arasında ortak tesis olarak kullanılma özelliğiyle bölgedeki ilk havaalanıdır. 4,256 metrekare toplam alanıyla havaalanı yılda 600,000 yolcuya hizmet verebilmektedir. Terminal operasyonlarını aksatmadan, yolcu trafiğinde beklenen artışı karşılama amaçlı genişleme de mümkündür.

Önerilen imar alanına arabayla 10 dakikalık mesafede yer alan Batum Havaalanı, 2014 yılında, toplam 213,439 yolcu taşımıştır (2013 yılına kıyasla %2,15 artışla). Havaalanına gelişlerin sayısı geçtiğimiz yıllarda artmış, bunun da en temel nedeni turizm alanındaki patlamayla yeni uçuşların eklenmiş olmasıdır.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi..... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHİMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

Batum havaalanına olan talep mevsimlidir ve aşağıdaki grafikte görülmektedir. Uluslararası trafik genelde yaz aylarına yoğunlaşmıştır, uçuşların çoğu da Mayıs ve Ekim aylarındadır.



Grafik 4: Havayolu Yolcularının Sayısı, Batum

Kaynak: Batum Uluslararası Havaalanı

Batum Havaalanı için talebin mevsimselliği önerilen imarın düşük sezon dönemlerindeki talebini de etkileyecek gibidir. Ancak Batum Havaalanı yetkilileriyle yapılan röportajlar düşük sezon hava kapasitesini arttırmak için önlemlerin alındığını öğrenmemizi sağladı. Yönetim, düşük sezonda havayolları için Batum havaalanına inişlerde alınan ücretlerle ilgili mevsimsel fiyatlandırma politikasını yapılandırıldığını açıkladı.

Şu anda kış döneminde doğrudan hava erişimi mümkün olmadığından, potansiyel ziyaretçilerin iki seçenekleri olacak:

- Kutaisi David the Builder Havaalanına gidiş- İmar konumundan arabayla bir saat
- Tiflis'e Uçuş- 35 dakika

KUTAIŞI ULUSLARARASI HAVAALANI

Kutaisi Havaalanı, aynı zamanda David the Builder Kutaisi Uluslararası Havaalanı olarak da bilinmektedir ve Gürcistan'ın ikinci en büyük kenti ve İmereti batı bölgesinin başkenti olan Kutaisi'nin 14 km batısındadır. 2,600 metrelik pisti vardır ve modern standartlarla tam olarak uyumludur. Havaalanı, devletin sahibi olduğu bir şirket olan United Airports of Georgia tarafından işletilmektedir.

Havaalanı yenileme çalışmaları için 2011 yılı Kasım ayında kapanmıştır. 27 Eylül 2012'de yeniden açılma töreni yapılmıştır. Havaalanından Kutaisi, Tiflis ve Batum'a saatli toplu taşıma vardır.

Kutaisi havaalanının önceliği düşük ücret alan havayolu şirketlerini çelmek ve havayolları ile havaalanları arasında özel bir ortam yaratmaktır. Havaalanının devreye alınması hazırlığı ve çalışanların eğitilmesi için Fransız şirketi Vinci Airports ile bir sözleşme imzalanmıştır. Temmuz 2013 itibarıyla operatör, 84,563 yolcu rapor etmiştir. 2014 yılında Kutaisi Havaalanında 218,003

Tercüme edilmek üzere bana verilen
...ING... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi.....TR.....diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

NO.1 MTSVANE STREET, BATUM İÇİN HAZIRLANMIŞTIR.

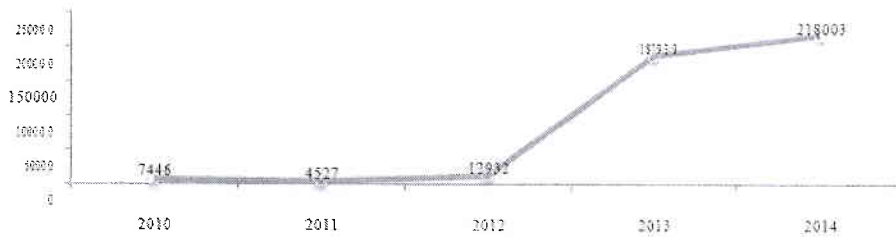
yolcu hizmet almıştır (2013 yılına göre %16 artış). Aşağıdaki tablo, Kutaisi Havaalanında şu anda hizmet veren havayolu şirketleri ve gidiş noktalarını göstermektedir.

HAVAYOLU ŞİRKETLERİ VE GİDİŞ NOKTALARI

Atlasjet	Istanbul – Atatürk
Belavia	Minsk – Ulusal
Georgian Airways	Moskova – Vnukovo, Tiflis
Iraqi Airways	Bağdat
S7 Airlines	Mevsimsel: Moskova – Domodedovo
Wizz Air	Budapeşte (1 Ekim 2014 itibariyle) Katowice, Varşova – Chopin, Vilnius
Wizz Air Ukraine	Kiev - Zhuliany

Tablo 4: Kutaisi Havaalanında Çalışan havayolu Şirketleri ve Gidiş Noktaları

Havaalanının 2012 yılında yeniden açılması sonrasında yolcu sayısında ciddi bir artış görülmüştür (%01353,3) ve bunun temel sebebi, Wizz Air operasyonlarının Kutaisi'yi Polonya ve Ukrayna havaalanlarıyla bağlamasıdır.



Grafik5: Hava Yolcusu Sayısı, Kutaisi

Kaynak: Gürcistan Havacılık Ajansı

2.6.3 TREN YOLU AĞI

Gürcistan Avrupa-Kafkaslar-Asya transit koridorunun (TRACECA) bir parçasıdır ve Hazar Denizi ile Avrupa arasında stratejik kargo taşımacılığı için alternatif bir rotadır. 1,520 mm.lik standart Rus ayarlarına göre inşa edilmiş tam elektrikli Gürcistan Tren yolu hattı 1323,9 km. uzunluğunda olup, 1422 köprü, 32 tünel, 22 yolcu ve 114 yük istasyonundan oluşmaktadır.

Tren yolu aşağıdaki ülkelerle bağlantılıdır:

- * Azerbaycan (açık)-Tiflis-Bakü hattı
- * Ermenistan (açık)- Tiflis-Gümrü-Erivan hattı
- * Türkiye- Bakü-Tiflis-Kars (inşaat halinde)-Azerbaycan, Gürcistan, Türkiye
- * Rusya (kapalı)- özerk Abhazya Cumhuriyeti üstünden

En önemli rotalardan bir tanesi Bakü-Tiflis-Kars projesidir ve bu bölgesel hat Türkiye, Gürcistan ve Azerbaycan'ı doğrudan birbirine bağlamaktadır. Proje 2010'da tamamlanması beklenen bir projeyken ertelenmiştir. Azerbaycan Ulaşım Bakanlığı'na göre tren yolu inşaatı 2015 yılının sonunda tamamlanacaktır. Bu projenin temel hedefi üç ülke arasındaki ekonomik ilişkileri geliştirmek ve Avrupa ile Asya'yı birbirine bağlayarak doğrudan yabancı yatırım kazanmaktır. Yolun toplam uzunluğu 826 kilometre olacak (513 mil) ve ilk aşamada 1 milyon yolcu ile 6,5 milyon ton yük taşıyacaktır. Bu kapasite daha sonra 3 milyon yolcu ve 15 milyon tonun üstünde yüke kadar artacaktır.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
..... dilindeki asıl (fotokopi/faksa)
belgeyi.....TR.....diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGOZ

31 Aralık 2015

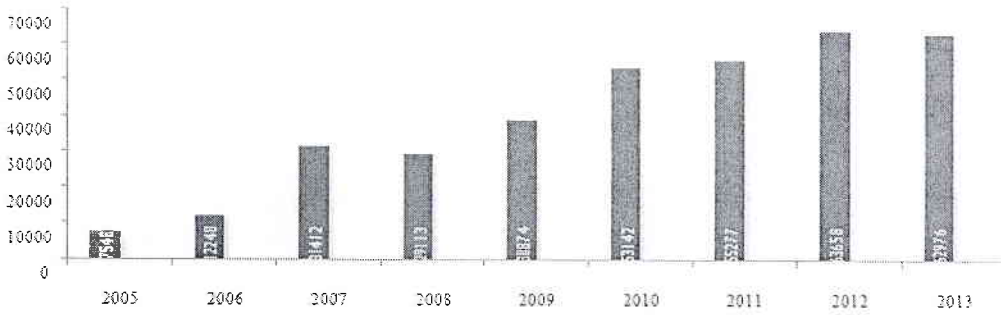
İç rotalar açısından, en hareketli olanlardan birisi Tiflis-Makhinjauri yoludur ve modernleştirilmiş lokomotifler çalışmaktadır.

2008 YILINDAN BERİ TAŞINAN YOLCU SAYISI						
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
İç Rotalar	700,846	648,417	693,916	641,400	625,400	NA
Uluslararası Rotalar	10,217	21,026	40,208	-	-	NA
Toplam	711,063	669,443	734,124	641,400	625,400	909,000

Tablo 5: Tren Yolu Yolcu Sayısı, Gürcistan

Kaynak: Gürcistan Ulusal İstatistik Ofisi

Gürcistan Milli Turizm yönetimine göre, Tren Yolu aracılığı ile ülkeye gelen yabancı gezgin sayısı yıllar boyunca artış göstermekte olup, 2013 yılında, Karadeniz sahillerinin kötü sezonundan dolayı düşüğe geçmiştir (hava koşulları). 2014 yılında bu rakamlar bir önceki senenin aynı dönemine göre %10 artmıştır. Aşağıdaki grafik bu dinamikleri göstermektedir:



Grafik 6: Tren Yolu Yolcu Sayısı, Gürcistan

Kaynak: Gürcistan Ulusal Turizm Yönetimi

2.6.4 LİMANLAR

Gürcistan'ın Karadeniz üzerinde iki büyük limanı vardır, Poti ve Batum limanları. Poti, Batum'a 30 dakikalık bir araba mesafesindedir.

BATUM DENİZ LİMANI

Batum Deniz limanı, jeostratejik ve doğal avantajları ile özel bir konumdadır. Derin su körfezinde bulunan liman, yüksek tonajlı gemileri kabul edebilir ve limana girmek için bir kanalın geçilmesi gerekmez.

Batum Deniz Limanı Kafkasya ve Orta Asya ülkelerine, Ukrayna ve Türkiye'ye yollarla ve tren yolu ağlarıyla bağlantılıdır. Terminaller Karadeniz havzasının doğu kısmı için bir ulaşım bağlantısı olarak hizmet vermektedir, TRACECA'dan geçen yüklerin % 94'ü burada yüklenmektedir ve güneydeki ülkelere bu koridor üzerinden kuru kargoyu taşımaktadır. Limanda 5 terminal vardır; petrol ve kuru kargo terminalleri, konteynır ve tren yolu taşımacılığı terminalleri ve yolcu terminali.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
..... dilindeki asıl (fotoğraf/faks)
belgeyi.....TR..... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

YOLCU GEMİLERİYLE BATUM'A TAŞINAN TURİST SAYISI, 2008-2014

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Yolcu Gemileri	3	10	6	8	10	16	33
Yolcular	1,942	5,560	3,155	2,920	3,632	5,162	14,793

Tablo 6: Acaristan'daki Yolcu Gemileri ve Turist Sayısı

Kaynak: Gürcistan Ulusal İstatistik Ofisi

POTİ DENİZ LIMANI

Stratejik bir konumu olan Poti Deniz Limanı, sıvı ve kuru yük gemileri ile konteynırları kabul eden en büyük Gürcistan limanıdır. 15 palamarı vardır ve toplam palamar uzunluğu 2.900 metre olup 20'den fazla konteynır vinci vardır.

Şu anda Avrupa'dan Gürcistan, Ermenistan ve Azerbaycan'a açılan uluslararası ticaret kapısıdır ve Orta Asya ticareti için bir merkez konumundadır.

Poti Deniz Limanı geçtiğimiz yıllarda büyümüş ve sağlam büyüme için gerekli temeller aynen devam etmektedir. Ancak şu an için liman yolcu transfer hizmetleri sunmamaktadır.

Bu limanın bir diğer avantajı hemen yakınındaki Serbest Ticaret Bölgesidir. Yürürlükteki yasalar kolay başlangıç operasyonları için koşulları sağlamaktadır. Hükümet de tüm paydaşların kazancına olabilecek tüm tavsiyelere açıktır ve yasaları buna göre uyarlama konusunda kararlıdır. Vergi avantajları arasında:

- * İthalat-ihracata % 0 vergi (Gürcistan'a FİZ'den ve muadili satışlarda % 4 fatura ücreti vardır)
- * % 0 KDV
- * % 0 kazanç vergisi
- * % 0 mülkiyet vergisi
- * % 0 temettü vergisi.

2.6.5 SONUÇ

Batum, şu anda, kış aylarında tesislerin kapandığı ve Tiflis'ten Batum'a kış aylarında düzensiz uçuşların olduğu (sadece haftada iki defa) mevsimlik bir konum olarak görülmektedir. Ancak, yerel yönetim ve Gürcistan Hükümeti bakanlıkları Batum'un tanıtımını yapıp öne çıkarmak için ulusal ve uluslararası reklam kampanyaları düzenlemekte ve Batum ile Tiflis arasında ulaşımı kolaylaştırmak için yol altyapısına daha fazla harcama yapmaktadırlar.

Ancak, piyasaya giren yeni konaklama ve eğlence ürünleri sayesinde, yıl boyunca talep de olacaktır. Bu tarz ürünler:

- * Spa, Sağlık
- * Konferans, Organizasyon ve Banket Salonları
- * Spor ve antrenman tesisleri
- * Kumar

Tercüme edilmek üzere bana verilen
 ING..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
 belgeyi..... TR..... diline tam ve doğru
 olarak çevirdiğimi beyan ederim.
 MAHMUT DOKGÖZ

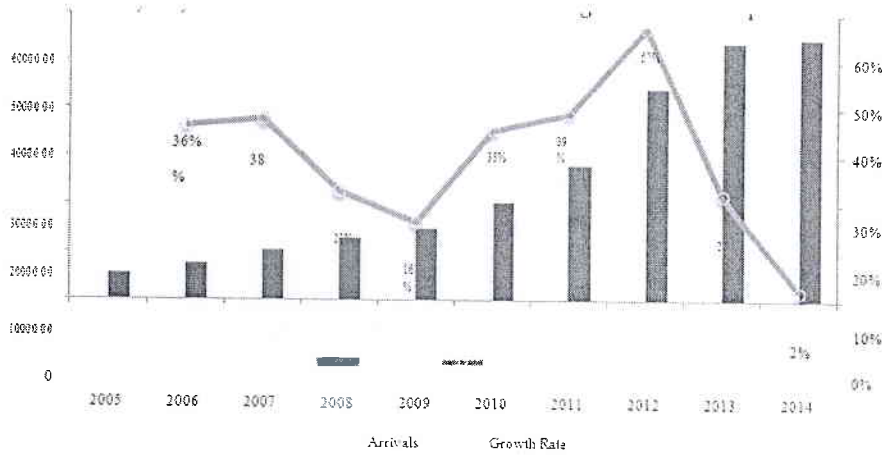
31 Aralık 2015

Ancak, piyasaya giren yeni konaklama ve eğlence ürünleri sayesinde, yıl boyunca eğlence seçenekleri sunacak olan ürünler bölgeye kışları da gidilebilecek bir mekan olarak bakışı ve talebi arttıracak ve kış döneminde hava taşımacılığı kapasitesi de artacaktır. Yeni oteller, yönetimleri, tedarik zinciri ve lojistiği geliştirmeye itmekte, böylece ziyaretçi kapasitesi de arttırılmaktadır.

2.7 GÜRCİSTAN'DA ULUSLARARASI TURİZM

2.7.1 ULUSLARARASI GELİŞLER

Gürcistan turizminin geçtiğimiz on yıldaki gelişimi dinamik olmuştur. Artık sadece deniz kenarında tatil yapmak isteyen yerel ziyaretçiler için bir varış noktası değil, aynı zamanda BDT ve Orta Doğu ülkeleri için gittikçe artan rekabetçi bir varış noktası olmuştur. Gürcistan'a gelen uluslararası ziyaretçi sayısı 2013 yılında %22 oranında artarak 5,4 milyona ulaşmıştır. İçişleri Bakanlığı'nın yayınladığı verilere göre, 2014 yılında Gürcistan'a gelen uluslararası ziyaretçi sayısı, 2013 yılına göre %2,9 artarak 5.493.492 olmuştur.



Grafik 7: Gürcistan'a Gelen Uluslararası Ziyaretçi Sayısı

Kaynak: İçişleri Bakanlığı

Gürcistan'a yıllık uluslararası ziyaretçi sayısı 2013 yılında % 22 artmış, ama büyüme son zamanlarda biraz yavaşlamıştır. Bu yavaş büyüme son üç yıldaki % 57, % 39 ve % 35 oranlarına bakarsak sürdürülebilir bir durumdur. Ermenistan ve Rusya 2013 yılındaki büyümeye en çok katkı yapmışlardır ve Türkiye, Ermenistan ve Azerbaycan sırasıyla % 30, % 24 ve % 20 oranlarıyla en yüksek paylara sahiptir. Lira'nın zayıflaması ve siyasal belirsizlikler gibi nedenlerle geçtiğimiz sene Türkiye hayal kırıklığına uğratmıştır. 2014 yılında Türkiye'den gelen ziyaretçilerde yeniden bir artış yaşanmış ve 2012 ve 2011 yıllarındaki % 39 orandan Türkiye % 30 oranına geri dönmüştür. Öte yandan, Irak'a doğrudan uçuşların başlaması da ülkeye gelişlerin sayısını arttırmıştır. 2013 yılında bu rakam bir önceki seneye kıyasla % 49 artışla 41.239 olmuştur. Aşağıdaki tablo 2011 ile 2013 seneleri arasında Gürcistan için önemli kaynak pazarları göstermektedir.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

ANA PAZARLARDAN GELEN KİŞİ SAYISINDAKİ GELİŞİM (2013-2014)

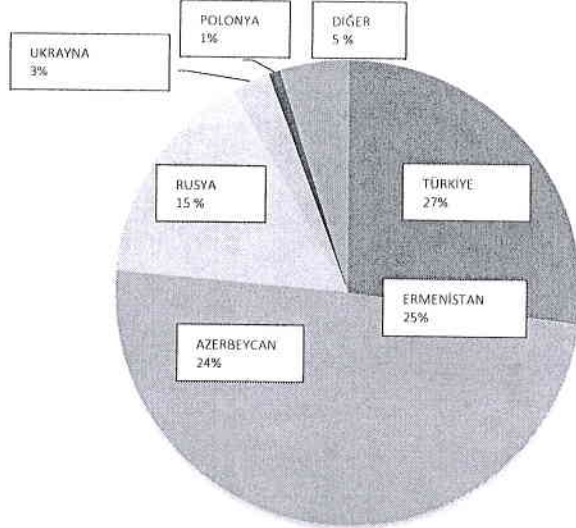
Menşe Ülke	2013	2014	Büyüme	Büyüme oranı
Türkiye	1,597,438	1,435,822	-161,616	%-10
Ermenistan	1,291,838	1,321,500	29,662	%2
Azerbaycan	1,075,857	1,282,222	206,365	%19
Rusya	767,396	810,233	42,837	%6
Ukrayna	126,797	143,157	16,360	%13
Polonya	36,946	46,024	9,078	%25
İsrail	39,922	42,135	2,213	%6
İran	85,598	41,747	-43,851	%-51
Almanya	30,815	33,315	2,500	%8
Kazakistan	21,148	28,324	7,176	%34
ABD	26,713	28,101	1,388	%5
Irak	41,239	21,757	-19,482	%-47
Yunanistan	22,024	21,408	-616	%-3
Beyaz Rusya	12,915	19,100	6,185	%48
İngiltere	16,672	18,492	1,820	%11

Tablo 7: Gelen Yolcu Sayısındaki Gelişme

Kaynak: İçişleri Bakanlığı

Rusya Federasyonundan gelen ziyaretçi sayısında ciddi bir artış gözlemlenmektedir. Bunun sebebi, vizelerin kaldırılması ve uçuşların tekrar başlamasıdır. 2014 yılında Rusya'dan gelen ziyaretçi sayısı artış oranı %6 olmuştur.

Ayrıca, Polonya'ya direkt uçuşların (Wizz Air) başlaması ve Beyaz Rusya'dan Ukrayna'ya yapılan uçuşların %48 arttırılmasından dolayı Polonya (%25) ve Ukrayna'dan (%13) gelen yolcu sayısında önemli bir artış olmuştur.



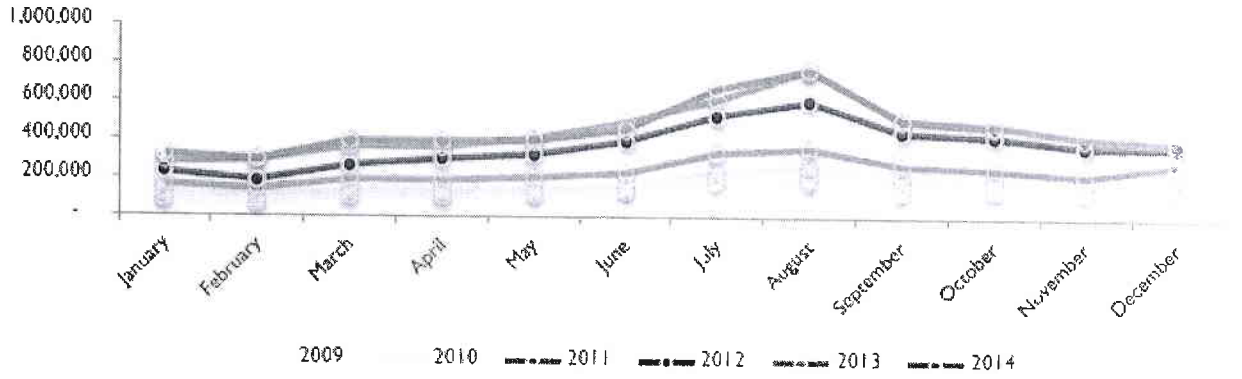
2.7.2 TALEBİN MEVSİMSİLLİĞİ

Talepteki mevsimsellik, turizm endüstrisi için birincil önemi haiz bir konudur, özellikle kıyı bölgeleri için önemlidir. Resmi turizm kurumları, turist mevsimini genişletmek için, ürün çeşitliliği yaratma yoluna gitmektedirler.

Büyüme hızı yıllık temelde yavaşlamış olup, özellikle yılın son 4 ayında tam bir durgunluk söz konusu olmakta, Kasım ve Aralık aylarında sırasıyla % 13 ve % 15 olarak gözlemlenmektedir. Genelde turizm Mart ayında artmaya başlar; Nisan-Ekim arası ise tüm yabancı turistlerin gelişinin % 67'sini kapsar. Geçtiğimiz 5 yılın istatistikleri uluslararası turistler için en popüler mevsimin yaz olduğunu göstermektedir.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
 M.G. dilindeki asıl (fotokopi/faks)
 belgeyi.....T.R. diline tam ve doğru
 olarak çevirdiğimi beyan ederim.
 MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015



Grafik 8: Talebin Mevsimselliği

Kaynak: İçişleri Bakanlığı

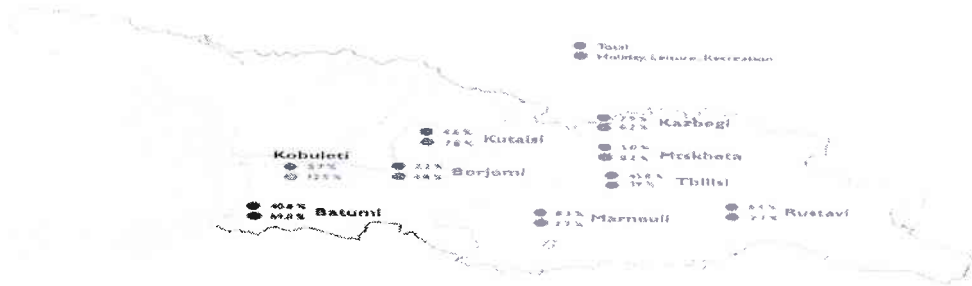
2.7.3 ULUSLARARASI TURİSTLERİN GEZDİKLERİ YERLER VE ALIŞKANLIKLARI

Gürcistan Ulusal Turizm İdaresi'ne göre ziyaretlerin % 60.3'ü en az bir gece kalmalıyken, % 40.7's, günübirlik ziyaretler olmuştur.

Toplam ziyaretlerin % 69'u tekrar ziyaretken, % 31'i ilk ziyaretler olmuştur. Komşu ülkelerden gelen ziyaretçilerin çoğu daha önce Gürcistan'ı ziyaret etmişlerdi. Tekrar ziyaretlerinden en yüksek oran % 89 ile Azerbaycan'da görüldü. Bunun aksine, Avrupa'dan çok sayıda ziyaretçi Gürcistan'a ilk kez geldiler.

Bir ziyaretin ortalama süresi beş gün olup, ikamet edilen ülkeye göre değişiklik göstermektedir. Komşu ülkelerden yapılan ziyaretler daha kısa sürmekte, bu konuda ortalama sekiz gün süren Rusya'dan gelen ziyaretler bir farklılık göstermektedir.

Uluslararası ziyaretler genelde tatil, eğlence amaçlı olmakta (% 37), diğer nedenler ise akraba ya da arkadaş ziyareti (% 26), transit geçişler (%17), alışveriş (% 8) ve iş/profesyonel ziyaretler (%4) olmuştur. Ziyaretlerin yalnızca % 8'i başka amaçlarla olmuştur.



Harita 3: En Çok Ziyaret Edilen Yerler

Kaynak: GNTA

En çok kullanılan barınma şekli % 43 ile otellerken, turistlerin neredeyse üçte biri (% 34) arkadaşlarının ya da akrabalarının dairelerinde kalmaktadırlar. Uluslararası ziyaretlerin % 45.8'i Tiflis'e, % 41'i Batum'adır. Diğer varış noktalarına daha az ziyaret yapılmaktadır. Guria ve Acaristan bölgesi turist sayıları toplandığında toplam uluslararası turist sayısının % 46.5'i olmakta; bu iki kentin Karadeniz kıyısında olduğu göz önüne alınırsa, plaj turizminin birincil tercih olduğu söylenebilir.

2.8 GÜRCİSTAN'DA İÇ TURİZM

Ziyaretçilerin ortalama kalma süreleri ikamet yerlerine göre 3 gecedir. Tiflis'ten gelen ziyaretçiler daha uzun süre kalmakta (ortalama 4 gece) ama diğerleri ortalama 2 gece kalmayı tercih etmektedirler.

İç ziyaretçiler daha çok arkadaşlarını ya da akrabalarını ziyaret etmektedirler (% 45). % 15'i tatil ya da eğlence amaçlı ziyaret etmektedirler. Sadece % 3'ü iş ya da profesyonel amaçlarla seyahat etmişlerdir. Diğer sık görülen ziyaret amaçları arasında alışveriş (%12), sağlık ve tıbbi bakım (%9) ve ikinci evlerine ziyaret (% 4) vardır. En çok gidilen nokta % 25 ile Tiflis olmuş ve onu % 8 ile Batum ve Kutaisi takip etmiştir.

İç ziyaretçilerin % 63'ü bir arkadaşlarının ya da akrabalarının evinde kalmışlardır. Bu, daha çok arkadaş ya da akraba ziyareti segmentinde ziyaretçinin çok olmasından kaynaklanmaktadır. Gürcistan vatandaşlarının % 14'ü kendi evlerinde, % 8'i ise yazlıklarında kalmışlardır.

2.9 SONUÇ

2008 krizi sonrasında Gürcistan ekonomisi 2010-2014 yılları arasında istikrarlı ekonomik göstergelerle tekrar kendini toparlamıştır. Ancak, 2014-2015 yıllarında Gürcistan ihracatı ciddi oranda düşmüştür. Gürcistan doğal olarak güzel bir ülkedir ve turizm aktiviteleri için önemli bir bölgede bulunmaktadır. Gürcü para biriminin (lari) 2014 ve 2015 yıllarında Dolar, Avro, Pound ve diğer bölgesel para birimleri karşısında düşmesiyle Gürcistan'ın fiyatlar arasında daha rekabetçi olabileceğini ve daha çok uluslararası ve bölgesel ziyaretçi çekebileceğini düşünüyoruz. Gürcistan Hükümeti Batum'un bölgesel bir konferans ve turizm kenti olması için reklam yapmayı genişletmek gerektiğini belirtmektedir ve biz ülkede turizmin pozitif anlamda gelişeceğini öngörüyoruz. Batum'daki turizm talebinin çoğu genelde yaz sezonu ağırlıklıdır ve her otel için yaz sezonunun genişlemesi oldukça hayati önem taşımaktadır. Bu nedenle, kışın da talepler fazlalaşsın diye yeni tesisler ve organizasyonların artması onların da işine gelecektir. Gürcistan Hükümeti özellikle mevsim dışı talebin artırılması için kumar, eğlence ve konferansların artırılması gerektiğini düşünmektedir. Ancak, Batum havaalanının kış aylarında daha fazla uçuş alıp almayacağı cevaplanması gereken bir sorudur.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi.....TR.....diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

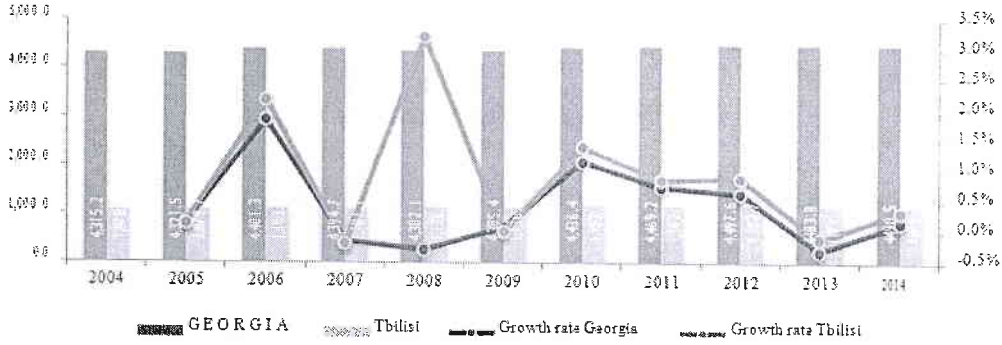
31 Aralık 2015

3 GAYRİMENKUL PİYASASI ANALİZİ

GAYRİMENKUL PİYASASINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Gürcistan'da çok sayıda ev sahibi vardır. 1992 yılında hükümet bir yasayla tüm yerleşim birimlerindeki mülkiyeti, içinde yaşayanlara vermiş ve belediyeler bunu sadece vatandaşlardan nakil vergisi olarak yerine getirmişlerdir. Bunun sonucunda Gürcistan dünyada ev sahipliği oranı en yüksek ülkelerden biridir. Özelleştirme programının hızı ve ölçeği o kadar büyük olmuştur ki, Gürcistan vatandaşları mülkiyet yükümlülüklerini yerine getiremeden ev sahibi olmuşlardır. Mülklerin çoğu Sovyet döneminde inşa edilmiş olup yıkıntı halindeyken; daha yeni inşa edilmiş olan daireler hem modern hem de iyi durumdadırlar. Ama piyasada kalite ve ücret aralıklarının bir karışımı söz konusudur.

Bu nedenle, ev piyasasında gelecekteki taleplerin büyük bir oranı yenisiyle değiştirme talebi olacaktır, zira yıkıntı halindeki binaların yeni inşaatlarla değiştirilmesi gerekmektedir.



Grafik 9: Nüfus Artışı

Kaynak: Gürcistan Ulusal İstatistik Ofisi

İki yıllık negatiflikten sonra (2007-2008), Gürcistan nüfusu yavaş da olsa 2009'dan beri artmaktadır, 2013 yılında küçük bir düşüş görülmüştür. 2014 yılı itibariyle toplam nüfus, 2004 yılından beri en yüksek rakam olan 4,5 milyona ulaşmıştır.

Gürcistan'da ortalama aylık gelir düzenli olarak artsa da yine de düşüktür ve ülke Dünya Bankası tarafından alt-orta gelir grubu ülke olarak sınıflandırılmaktadır.

Gürcistan'daki gayrimenkul ofisleri ve operatörleri 2015 yılında genel ikametgâh piyasasının pozitif bir gelişme içinde olacağı hususunda hemfikirdirler. Ancak her ne kadar son iki yıldır hızlanmış olsa da, bu büyüme ilerleyen yıllarda muhtemelen yavaşlayacaktır.

Piyasadaki sektörler arasında olumlu büyüme eşitsiz bir biçimde dağılacak. Güçlü noktaları olan, benzersiz bir konuma sahip olan, yüksek kalite ve sonuç odaklı konsepti kullanan projeler fiyatların artışını da deneyimleyeceklerdir.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi..... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

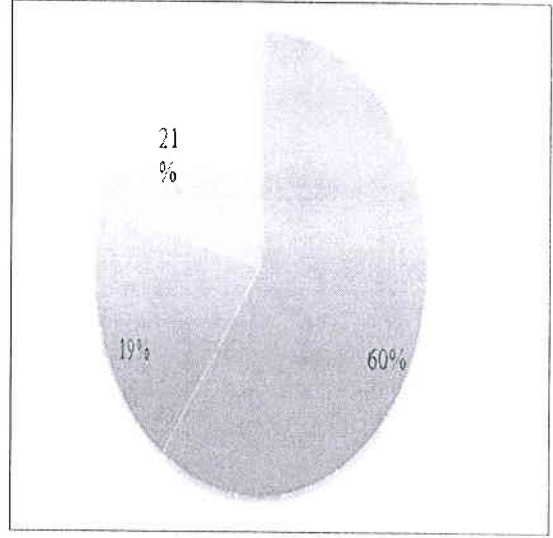
3 1 Aralık 2015

3.1 BATUM GAYRİMENKUL

■ İkamet ■ Oteller ■ Diğer

3.2.1. MEVCUT DURUM

Yeni inşa edilen dairelerin ve evlerin Pazar hacmi son 5 yılda hızla arttı ve satılan evlerin sayısı 2 kat artış gösterdi. Orta-seviyede daire imarları ana ürün ve kabuk ve merkez olarak teslim ediliyorlar. 2012 yılının başında Acaristan'da 641 bina inşa edilmiş olup; 1.008.244 metrekaresi çok katlı apartmandır. 410 bina da şu anda Batum'da inşa edilmektedir. Yukarıdaki grafik Acaristan'da izin verilen inşaat aktivitelerini göstermektedir (2006-2012).



Batum'daki ikametgâh piyasası 4 segmenttedir. Bunlar:

- Alt sınıflar % 24
- Orta sınıflar % 32
- Üst sınıflar % 24
- Premium sınıflar % 20'dir.

Şehir 13 idari bölgeye ayrılmıştır. Her biri kabaca boyut olarak eşit olsa da, Batum'a yeni eklenmiş olan topraklar standart olmayan evlerle bir ayrıcalık yaratmaktadır. Aşağıdaki grafik bu bölgelerdeki ikamet oranlarını göstermektedir:

Bölgesel birim/ilçe	İşlevsellik	Adet başına gelen yüzde
Rustaveli	Mesken	75%
Aghmashenebeli	Mesken	95%
Javakhishvili	Mesken	90%
Bagrationi	Mesken	85%
Boni-Gorodok	Mesken	80%
Tamari	Mesken	95%
Industrial	Mesken	60%
Gonio-Kvariati	Mesken	90%
Khimshashvili	Mesken	90%
Old Batumi	Mesken	95%
Airport	Mesken	75%
Kakhaberi	Mesken	80%
Green-Cape	Mesken	80%

Tercüme edilmek üzere bana verilen
ING..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi.....TR.....diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

Yüksek standartlara sahip meskenler genelde kentin kıyı bölgesindedir. Düşük ve standart dışı evler daha çok Batum'un doğu kısmındadır. Kuzeybatı bölgesi tarihi Batum olarak anılmaktadır ve buradaki evler 19. Yüzyıl sonu ile 20. Yüzyılın başında inşa edilmişlerdir.

İkametgâhların % 90'ı Sovyetler döneminde (1990 öncesi) inşa edilmiş olup, tek tip bir standartları vardır. Bazıları (% 10-15) artık kullanılamaz haldedir. Yeni inşa edilen ikametgâhlar çok katlı binalar kategorisindedir.

2013 verilerine göre Batum'daki toplam meskenlerin sayısı 831 olup toplam 1.757.780 metrekare yaşam alanına sahiptirler; bu rakam 2012 yılıyla kıyaslandığında %42,6 oranında daha fazladır.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
ING dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi TR diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

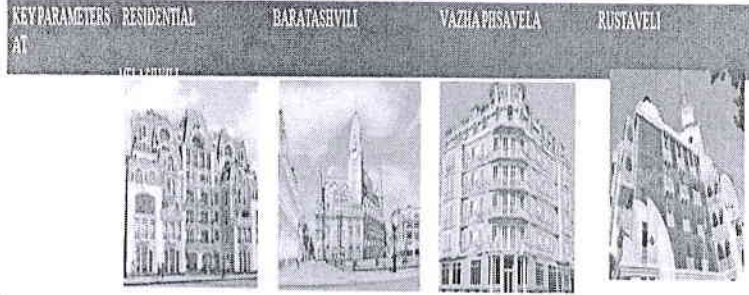
31 Aralık 2015

Acaristan'da verilmiş olan İzinlere göre toplam inşaat alanı (metrekare) (2009-2013):

	2009	2010	2011	2012	2013
Mesken	265,389	232,408	456,216	654,839	594,618
Otel	108,467	158,324	31,151	406,431	110,557
Diğer	56,534	145,602	123,071	377,792	176,828
Toplam	430,391	536,334	610,439	1,436,062	882,004

Tablo 8: İnşaat Alanı (2009-2013)
Kaynak: Ekonomik ve Finans Bakanlığı

TEMEL PROJELER



Konum:	Melashvili Sok.	Baratashvili Sok.	Vazha-Pshavela	Rustaveli Bulvarı
Denize mesafe:	600 m.	500 m.	500 m.	400 m.
Satış Fiyatı (m.kare)	2000 Dolar	2000-2500 Dolar	1500 Dolar	1800-2000 Dolar
Onaylanacak	Beyaz	Beyaz	Siyah	Beyaz

Tablo9: Batum'dan seçilmiş meskenler

Tercüme edilmek üzere bana verilen
M.G. dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi T.R. diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ





31 Aralık 2015

1-2 sene içinde daha başka ikametgâh amaçlı binalar da piyasaya çıkacaktır. Planlanan tarihte hepsinin sunulamayacağı muhtemeldir. Planlanan ikametgâhların çoğu üst derecededir ve Batum'un merkezinde sahil gezinti yolunun yakınılarında inşaatları devam etmektedir. Yeni inşa edilmiş apartman bloklarının yanı sıra, şehir genel olarak bir yenilenme ve yeniden inşa sürecinden geçmekte; mevcut ekonomi sınıfı barınma üst düzey yaşam alanlarına doğru evrilmektedir.

Batum'da inşaat halindeki toplam ikametgâh alanı 442,365 metrekaredir.

Table 10: Batum'da inşaatı devam eden ikametgâh amaçlı binalar

TABLE 10: BATUM'DA İNŞAATI DEVAM EDEN İKAMETGÂH AMAÇLI BİNALAR

MARDI TOWER PALM	SEA TOWERS	ORBI RESIDENCE	PORTA BATUM TOWER	KEMPINSKI RESIDENCE	BELLEVUE BATUM RESIDENCE
					
Vazha-Phsavela Sok.	Ninoshvili Sok.	Ninoshvili Sok	Ninoshvili Sok.	Ninoshvili Sok.	Ninoshvili Sok
500 metre	300 metre	100 metre	100 metre	100 metre	150 metre
\$1,500	\$800- \$1,500	\$800 - \$1500	\$1300-\$2500	\$3,500	\$4,000
Onaylanacak	Beyaz	Beyaz	Kaba İnşaat	Kaba İnşaat	Kaba İnşaat

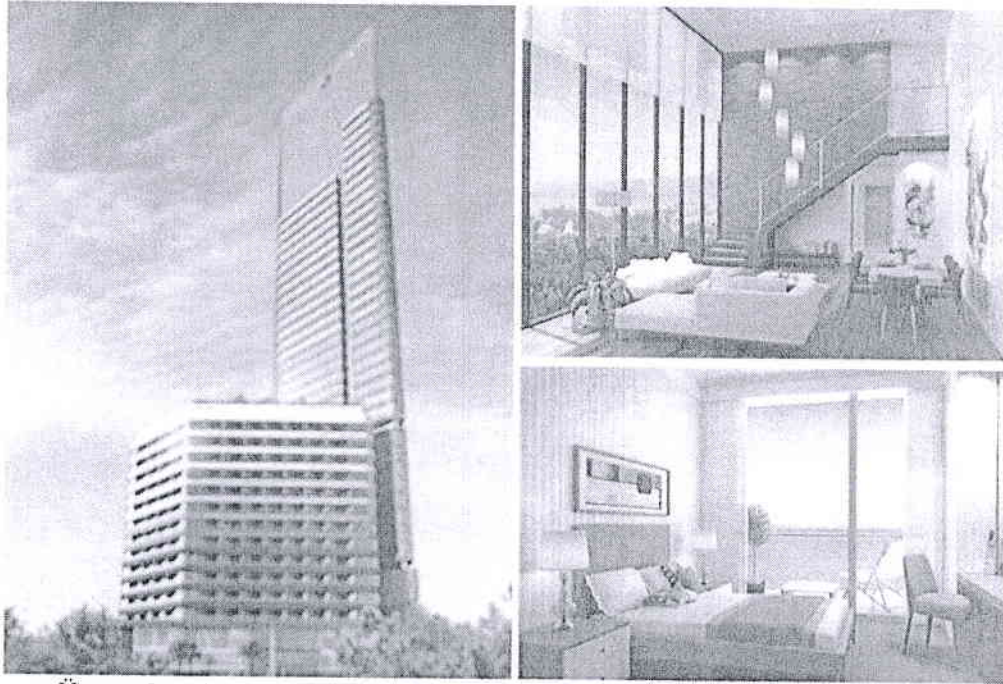
Tercüme edilmek üzere bana verilen
ING..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi.....TR..... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

BABİL KULESİ

Batum deniz kıyısında ilk sırada şehrin tatil yeri kısmındadır. Rezidans kulesi, deniz, dağ, liman ve şehirle bulvarın harika manzarasını görecekler, her otel odasının özel balkonu mevcuttur. Pazarlama faaliyetlerinde bu özellik çok vurgulanmaktadır. İkonik bir mimari eserdir (47 katlı 170 metre uzunluğundaki kule- ülkenin en uzununu), Babil projesi en uzak yerlerden bile görülecektir. Tatil alanından görülecek ve Deniz Kıyısı Bulvarını da kapsamına alacaktır.

2016 yılının sonunda bitmesi planlanan Batum'un en büyük karma kullanımı projesi aşağıdaki gibi çok sayıda tesisi de içerecektir:



- Üst sınıf 4 yıldızlı 168 odalı otel
- Ticaret merkezi
- 541 ikametgah birimi
- Kumarhane (3,301 metrekare)
- Yüzme havuzu
- 24 saat güvenlik hizmeti
- Restoranlar ve barlar
- İkinci ev kiralama hizmeti
- Fitness ve Spa
- Çamaşırhane

İkametgah birimleri (sadece daireler) stüdyo daireler, dubleks loftlar ve çatı katlarıdır. Proje sahibi Premium satış fiyatları görmeyi hedeflemektedir.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi..... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

Şu anda Batum'da daire fiyatları metre kare başına 800-1,500 Dolar arasında değişmekteyken; Babil, Belle Vue (Hilton) ve Palm Resort (Kempinski) gibi projelerde rakamlar 2,500 ile 4,000 Dolar arasında değişmektedir.

KEMPINSKI

GIMG Batum İmar Projesi şu anda çoklu kullanım sunan Grand Hotel Kempinski'nin inşaatını yapmaktadırlar. Bu kompleks Radisson Blu Hotel'in hemen yanında, Ninoshvili Sokağında, Batum deniz kıyısının "ilk hattında" yer almaktadır (doğrudan deniz önü konumu).

Projede 6 blok bulunmaktadır; bunlardan birincisinin inşaatı bitmiştir ve 36 apart otel misafir odası içermektedir. İkinci blokta 83 ikametgah birimi olacaktır. İşletme dairesi boyutları (50 birim) 20 ve 120 metrekare arasında değişmekte olup; lüks daireler (33 birim) 100 ile 380 metrekare arasındadır. Ek tesisler:

- Kumarhane
- Spa Merkezi
- Restoranlar ve barlar
- Yüzme havuzu

Satış süreci 2014 yılında başlamış olup, metrekare birim fiyatı 3000 Dolardır. Şunu tekrar belirtmekte fayda var: Bu miktar, sadece daire satışına aittir ve deniz kenarı villalarıyla ilgili değildir.



HILTON



Prestijli ve karma kullanımlı otel, ikametgâh ve perakende projesidir; 19 katlı ve 247 odalı "Gökyüzü Barı"na sahip bir otelden oluşmaktadır. Projede Kumarhane ve Spa ile güzellik merkezi gibi yıl boyu sürdürülebilir aktiviteler vardır. Belle Vue Batum

Tercüme edilmek üzere bana verilen
.....ING..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi.....TR.....diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

Rezidansı (114 birim) piyasadaki en yüksek fiyatlara sahiptir: metrekare başına 4000 Dolar. Kaba inşaat için bu yüksek bir rakamdır. Fiyatlara KDV dâhil değildir.

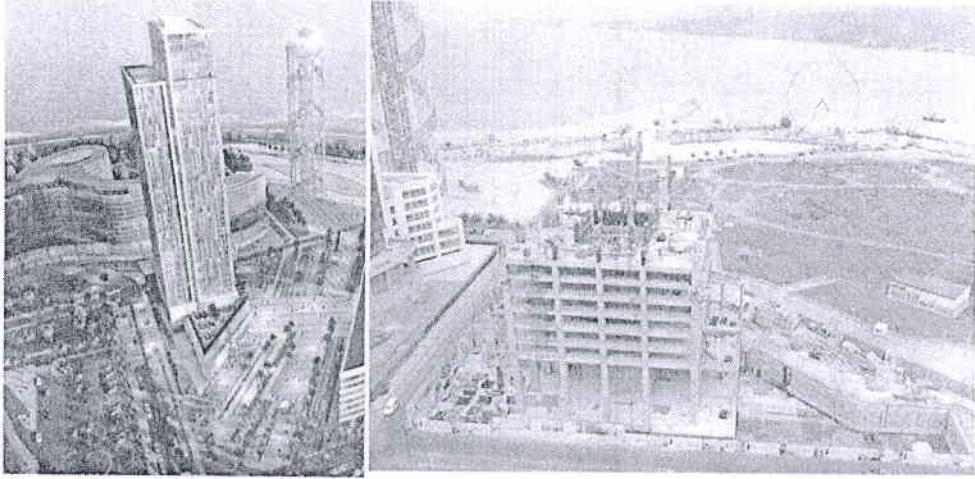
Birimlerin ebatları 98 ile 145 metrekare arasında değişmekte, çeşitli daireleri kombine etmek de bir seçenek olarak sunulmaktadır.

Bu raporun yazıldığı sırada meskenlerin % 40'ı satılmıştı ve rakamlar mevcut rakamın çok daha üstünde oldu. Satın alanlar genelde Rusya'da yaşayan Gürcü diasporası oldu.

İki kulenin ortasında yüksek cadde perakende mekânları bir "podyum" olarak uzanmakta ve mağazalarla F&B imkânları sunmaktadır.

PORTA BATUMI, BATUM

Batum'un alfabe kulesinin yanındaki 43 katlı Porta Batumi Kulesi aileler için deniz ve dağ manzaralı ikametgâhlar sunmaktadır. Satış ve Pazarlama Müdürü Burçin Karagöz'e göre Porta Batumi Kulesi müşterilerine 6.500 metrekarelik iki katlı park alanı; elegant, şık, modern ikametgahlar, stüdyo daire, iki ya da üç yatak odalı daireler ve on iki çatı katı sunmaktadır.

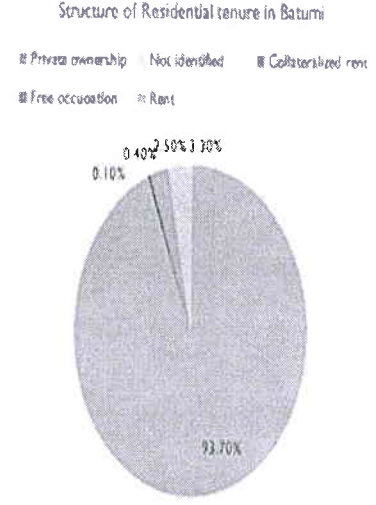
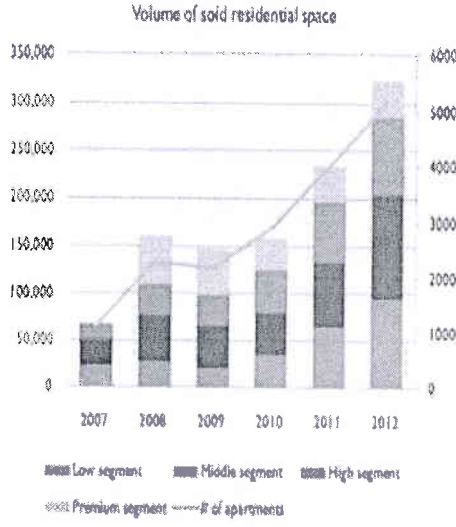


Porta Batumi Kulesi evleri 38.5 ile 85 metrekare arasında değişmekte; çatı katları da 172-354 metrekare arasında sunulmaktadır. Fiyatlar da alana ve manzaraya göre değişkenlik göstermektedir. Metrekare başına başlangıç fiyatı 1.300 Dolarken, 2.500 dolara dek çıkmaktadır; çatı katları ise 2.150 dolardan başlamaktadır.

İnşaat Şubat 2014'te başlamış olup, Haziran 2016'da bitirilmesi planlanmaktadır.

3.3.2 TALEP

Son yıllarda ikametgâh piyasası olumlu performansını sürdürdü, ekonomik gereklilikler de bunu destekledi ve piyasaya güvenin geri gelmesiyle durum düzeldi; ancak gelecekte çok sayıda arz olacağından fiyatlar düşebilir. En çok talep orta (%57), ekonomik (%46) ve üst (%33) segmentlere oldu. 2008 yılından itibaren ikametgah amaçlı inşaatın artmasıyla, satışlar 2012 yılında yılda 5.000 gibi rakamlara ulaştı.



3.3 SONUÇ

Karadeniz kıyısında ve özellikle Batum'da ikametgâh amaçlı mülk piyasası düşük kaliteli dairelerle doludur. Ancak yeni imar projeleri, yukarıda listelenen örneklerde olduğu gibi, daha yüksek fiyatlara satılmaktadır. Ancak, fiyatlandırma konusunda dikkatli olunmalı ve daha çok kaliteli ikametgâhın piyasaya sürülmesiyle beraber, arz-talep dengesini sağlamak amacıyla fiyatların da daha rekabetçi bir hale geleceği unutulmamalıdır. Aşağıdaki tabloda, önerilen imar projesine benzer planlar için istenen fiyatlar özetlenmektedir.

ORANLARIN ÖZETİ (RAKİPLER)			
IMAR ALANI	İSTENEN FİYAT	TESLİMAT KOŞULLARI	TESLİMAT TARİHİ
Hilton Batumi	\$4,000	Kaba İnşaat	2015
Kempinski (Palm Apartments)	\$3,000	Beyaz	2016
Babillon Tower	\$2,500	Anahtar Teslim	2016
Dreamland Chakvi	\$1,300	Anahtar Teslim	2019
Porta Batumi	\$1300-\$2500	Kaba İnşaat	2016

Tablo 11: Rakiplerin Durumu

Tercüme edilmek üzere bana verilen
 ING..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
 belgeyi.....TR..... diline tam ve doğru
 olarak çevirdiğimi beyan ederim.
 MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

4. OTEL PİYASASI ANALİZLERİ

Gürcistan otel piyasası, konumuna göre önemli oranda değişmektedir. Aşağıdaki bilgiler önerilen Otele uygun otel arzına özel olarak eğilmek sureti ile Batum, Gürcistan otel endüstrisinin gelişimi üzerine bir inceleme sunmaktadır. Bölgesel ve yerel otel arzı, Batum bölgesinde uluslararası markalaşma düzeyi ve otel performans oranları incelenmiştir.

4.1 OTEL ARZI

Rapor doğrultusunda, resmi kurumlar tarafından temin edilen otel piyasası verilerini ve yerel otelciler, geliştiriciler ve otel işletmecileri ile yaptığımız görüşmelerimize dayanan sonuçları dikkate aldık.

Gürcistan Ulusal İstatistik Ofisinden (bu raporun Ekinde) istatistiksel veriler talep ettik; 2012 verilerine (en son verilere) göre, Gürcistan'da, otellerin % 54.5'ini oluşturduğu, toplam 777 konaklama tesisi bulunmaktadır. Aynı verilere dayanarak, Gürcistan otel arzı son on yılda önemli ölçüde artmıştır; 2007 yılında Gürcistan'da (otel, dağ evleri, kamp yerleri, dinlenme evleri ve diğer konaklama tesisleri de dahil olmak üzere) 386 konaklama tesisi vardı; 2012 yılına kadar bu tesis sayısı 777'ye çıkmıştır, ki bu artışın %129'undan fazlası tesis sayısı, %97'si ise yatak sayısını oluşturmaktadır. Gerçek Otel sayısı, % 53.6'lık bir artışla, 2007 yılından 2012 yılına kadar 276'dan 424'e yükselmiştir. Aşağıdaki tabloda, bu büyüme rakamları vurgulanmaktadır.

OTEL ARZI, GÜRCİSTAN			
YIL	KONAKLAMA TESİSİ		
	SAYISI	OTEL SAYISI	YATAK SAYISI
2007	339	276	16,704
2008	353	239	17,573
2009	386	220	18,741
2010	462	332	21,086
2011	616	334	25,833
2012	777	424	33,029

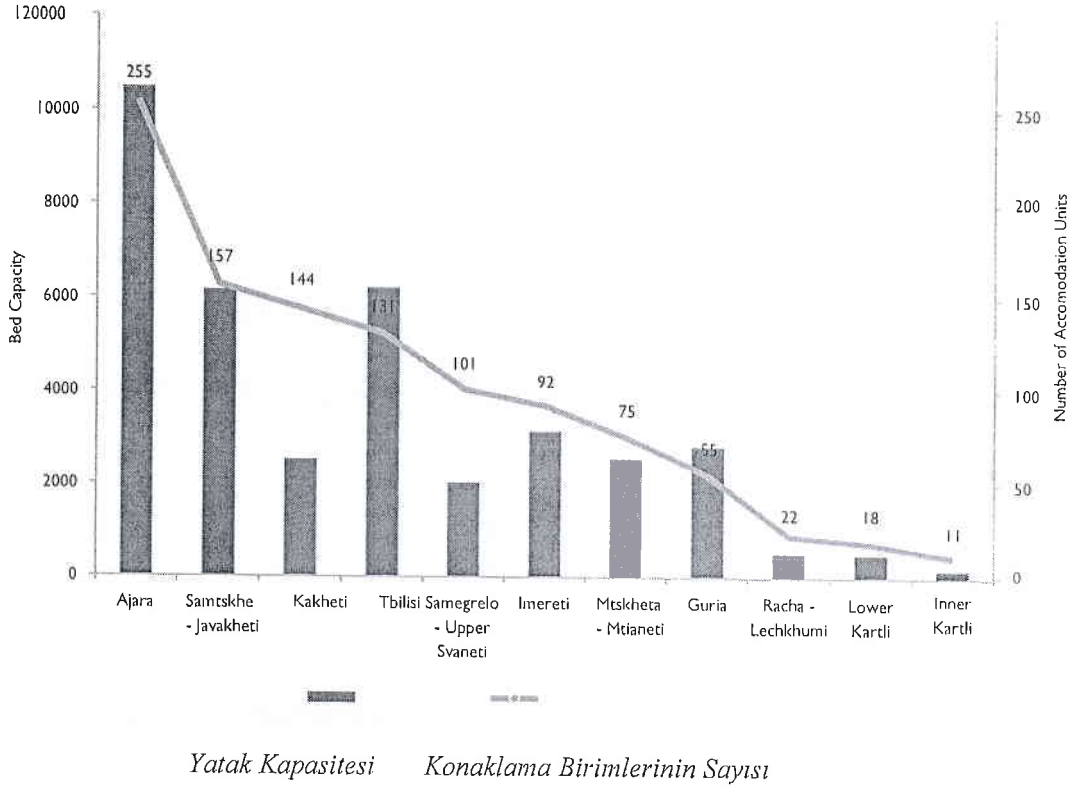
Tablo 12: Otel Arzı, Gürcistan

Kaynak: Gürcistan Ulusal İstatistik Ofisi

Aynı verilere göre, Acaristan bölgesi (Önerilen projenin ana karşılaştırılabilir pazarı) Gürcistan içinde en büyük arz düzeyine sahipti. 2012 yılında, Acaristan'da, ülkedeki genel arzın % 26'sı olmak üzere, toplam 201 konaklama tesisi vardı. Bu sayı, 2007 yılında sadece 75 konaklama tesisine sahip bölgede önemli ölçüde artmıştır.

Yukarıdaki açıklamalara rağmen, biz, herhangi bir otel piyasası varsayımının, 2013 yılı için sırasıyla toplamda 37.317 yatak kapasiteli 1065 konaklama birimi olduğunu belirten Gürcistan Ulusal Turizm İdaresi tarafından sağlanan verilere göre yapılması gerektiğini öneriyoruz. Her iki kurum tarafından da açıklandığı üzere, rakamlar arasındaki fark, hesaplamaya yönelik metodoloji ve yaklaşım farkından kaynaklanmaktadır.

GNTA'ya göre, Acaristan bölgesi en fazla Yatak sayısına sahiptir. Oteller, yatak kapasitesinin %64'ünü oluşturmaktadır, bunu % 17 ile aile evleri ve %13 ile pansiyonlar takip etmektedir. Ziyaretçi sayısının artmasıyla birlikte, orta vadeli talep zaten hâlihazırdaki arzı aşmaktadır. Sonuç olarak, konaklama arzının talebe ayak uydurmak için önemli ölçüde artması beklenmektedir.



Grafik 10: Gürcistan'daki bölgelerde Yatak Kapasitesi ve Konaklama Birim Sayısı
Kaynak: GNTA

3.4 REKABETÇİ DURUM/ İLGİLİ OTELLER

Finansal bir tahmin geliştirirken, mevcut 'rekabetçi setini' oluşturan bu otelleri dikkate almak önemlidir. Projenin rekabet etmesi gereken mevcut piyasa budur ve bu gelişmenin potansiyel misafirlerinin şu anda kalacakları oteller bunlardır. Bizim analizimiz, mevcut yatak performans göstergeleri, günlük ortalama oran (ADR) ve (RevPAR)'ye dayanmaktadır. Önerilen otelin imar kavramı, spa, sağlık merkezi, konferans salonu ve kumarhanenin yanı sıra, konut, eğlence ve ticari bileşenleri olan lüks bir otel tesisi içindir. Biz Batum'daki bazı yüksek kaliteli otellerin, önerilen lüks otel ile rekabet edeceğini tahmin ediyoruz.

Aşağıdaki kategorilerde bu rekabetçi özellikleri tanımlamak istiyoruz:

- Uluslararası 5 Yıldızlı Oteller/Apart Oteller – Hilton Batum, Sheraton Batum, Radisson Batum gibi. Bu oteller, lüks pazar otelleri arasında en yüksek doluluk seviyelerine sahiptir.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi..... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

Tercüme edilmek üzere bana verilen
... dilindeki asıl (fotokopir/faks)
belgeyi..... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHİMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

ULSULARARASI MARKALAR

Alan içinde arz büyüme seviyesi önemli olsa da, bu büyüme ağırlıklı olarak, uluslararası otellerin bu artışın daha küçük bir yüzdesine sahip olduğu, bağımsız ve yerli markalar tarafından gerçekleştirilmiştir. Uluslararası markalar, öncelikli olarak, şehirlerde veya yüksek talep ve iyi erişimin söz konusu olduğu alanlarda kurulma eğilimindedir.

Örneğin Batum'da uluslararası markalar, Hilton, (yapım aşamasında) Kempinski, Swissotel (yapım aşamasında), Divan Suites, Radisson ve Sheraton bulunmaktadır. Holiday Inn projesi şu anda inşaat henüz başlamamış şekilde bekleme aşamasındadır. Batum dışında, diğer büyük uluslararası markalara hiçbir şekilde rastlanmamaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin çoğunda, uluslararası otel markası, genellikle büyük sermaye olan yerde veya diğer büyük ticaret kentinde bulunur; iş ve marka başarısı sağlandıktan sonra ise ülke içinde diğer alanlarda girişim yapılacaktır. Örneğin, Radisson'un Tiflis'te bir oteli vardır ve daha sonra Batum'da bir otel açmıştır.

Müşteri, yıllık kira tabanlı bir otel yönetimi sözleşmesi ile uluslararası bir otel Franchise operatörü için gönüllü olduğunu dile getirmiştir. Uluslararası markalar çok sıkı ürün ve işletme standartlarına sahiptir ve inşaat ve teçhizat ile ilgili olarak yüksek beklentileri olacaktır. Uluslararası otel şirketleri, otele sadece iş getirmeyecek, aynı zamanda yüksek kalite düzeyi algısı ve tesis içerisinde geliştirilmekte olan yerleşim birimleri üzerinde prim sağlayacaktır.

Finansal tahmin geliştirirken, mevcut 'rekabetçi seti'ni oluşturan bu otelleri incelemek önemlidir. Bu, yeni otellerin nüfuz etmesi ve iş alması gereken mevcut pazardır. Bu gelişmenin potansiyel misafirlerinin şu anda kalacakları oteller bunlardır. Otelin düşünülen konumunun yanı sıra, tesisin yerini ve mevcut piyasayı da göz önüne alarak, aşağıda bölgedeki ana rekabet otellerini aşağıdaki gibi belirledik:



SHERATON OTEL, 2010 yılında inşa edilmiştir ve otelde 26 süit olmak üzere 202 oda bulunmaktadır. Otel şehir merkezine çok uzak olmayan Rustaveli Caddesi boyunca, söz konusu bölgenin hemen bitişiğinde yer almaktadır. Gürcü ve Uluslararası Mutfağı servis eden Sunflower isimli tüm gün açık bir restoran ve binanın üst katında Veronica isimli bir restoran bulunmaktadır; otelde Vitamin Bar da mevcuttur. Konferans ve banket imkanlarına gelince, portatif duvarları olan Büyük Balo Salonu, 6 özel toplantı odası, her türlü etkinliğe uygun olarak 10 ila 1500 kişiyi ağırlayabilir. Konferans salonları, modern görsel-ışitsel ve telekonferans olanakları ile donatılmıştır; toplantı odalarında doğal gün ışığı var.

Düşük yoğunluklu iş sezonunda, otel, kurumsal müşteriler ve başkentin yoğun hayatından uzak kalmak isteyenler için kış paketleri sunmaktadır.

RADISSON BLU HOTEL, Ninoshvili Caddesinde, Opera Binasının hemen karşısında harika bir otel ve marka görünüşü ile birinci sınıf şehir konumunda yer almaktadır. Otelde 168 misafir odası bulunmaktadır.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi..... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

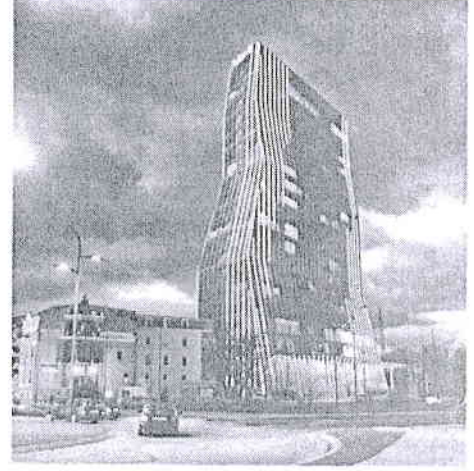
31 Aralık 2015

Standart odaların büyüklüğü 33 metre kareden başlamaktadır, buna karşın Üst düzey Süit 86 metrekarelik bir yaşam alanı sunmaktadır.

Otel, alt katta Medea Restoran ve Bar ve 19. katta Karadeniz'in ve şehir peyzajının muhteşem manzarasıyla Clouds Restoran ve Bar olmak üzere geniş kapsamlı yemek imkanları sunmaktadır.

Büyük Balo Salonu rahat tiyatro tarzı oturma salonuyla 350 kişiyi veya ziyafet tarzı davetlerde 150 kişiyi ağırlayacak şekilde 350 metre kare genişliğindedir. Balo Salonu, aynı zamanda, esneklik sunan, üç küçük bölüme ayrılabilir. İki toplantı odası, 10 üyeden oluşan toplantılar için yeterli alan sunar.

Otelde markalaşmış Anne Sémonin Wellness & Spa Center vardır. 1800 metrekare alan Fin saunası ve aroma buhar banyosu, iç mekan renk terapisi yüzme havuzu, açık sonsuzluk havuzu, Ozon bar, dinlenme salonu, Solaryum, güneşlenme güvertesi, şezlong ve şemsiyeler ve iyi donanımlı bir Techno Gym fitness merkezini barındırmaktadır.



ODALAR VE SÜİTLER

İki seçilmiş otel de 5 kategoriden daha az oda seçenekleri sunmamaktadır – ağırlıklı olarak standart odalar sunulur ve onu deluxe oda ve junior, executive ve kral süitinden oluşan farklı kategorilerdeki süitler takip eder. Standart odalar tüm otellerin oda setlerinde bulunur.

Seçkin oteller, misafirlerine geniş bir yelpazede oda ve süit tipleri sunmaktadır. Sheraton 26 süit ve Radisson 21 süit sunmaktadır. Otellerin toplam oda stokuna gelince ise, süitlerin payının tüm odaların % 12.5'inden %13'üne kadar değiştiğini görmekteyiz.

Oda büyüklüğüne gelince ise, oteller, lüks markalar için standart uluslararası gerekliliklere uygun olup 25-35 metrekare standart odalar sunmaktadır. Radisson'un rekabetçi setinden daha büyük standart odalara sahip olduğunu söylemekte yarar var.

YİYECEK VE İÇECEK ÜNİTELERİ

Söz konusu otel açık büfe kahvaltı ve daha birçok başka restoran ve lobi bar hizmeti vermektedir. Seçkin otellerde açık büfe kahvaltı 20 dolar civarındadır ve genellikle oda fiyatına dahildir.

KONFERANS TESİSLERİ

Bu, Batum otel tesislerinin önemli bir parçasıdır. Kurumsal misafirlerin işe yönelik ihtiyaçlarına cevap vermenin yanı sıra, kentin kültürü, genellikle otellerde düzenlenen büyük sosyal etkinlikler içindir. Oteller genellikle düğün, doğum günü partileri, kurumsal partiler ve diğer sosyal etkinliklere ev sahipliği yapar. Oteller, çoğu Konuğun civarda ikamet etmesinden dolayı oda satışlarına yansımaya da, bu gibi etkinliklere ev sahipliği yapmanın önemini halen koruduğunu bildirmiştir.

Konferans ve ziyafet alanı kent için önemli bir rol oynamaktadır ve oteller, sosyal ve kurumsal etkinliklerin ikisine de ev sahipliği yapabilecek şekilde esnek toplantı alanları sunmaktadır.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi.....TR..... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

4.3 HAZIRLANMIŞ MEVCUT OTEL GELİŞTİRME PROJELERİ

OTEL	KONUM	ODA SAYISI	KATEGORİ	AÇILIŞ TARİHİ/MEVCUT DURUM
Hilton	Batum	247	Lüks	2015
Holiday Inn ya da Crown Plaza	Batum	180	Üst orta sınıf	Beklemede
Swissotel	Batum	180	Lüks	2016
Kempinski	Batum	232	Lüks	Beklemede
Babillon Tower	Batum	168	Üst orta sınıf	2016
TOPLAM		1007		

Tablo 13: Hazırlanmış Otel Projeleri

Batum'da Otel imarı, üst kalite ve lüks otel pazarlarına odaklanmıştır ve güçlü rekabet, oteller pazar payı için mücadele ettiği için, oranların önümüzdeki yıllarda artmasını zorlaştıracak bir etkiye sahip olacaktır. Batum'da 2015 yılında sadece bir tane lüks otel (Hilton) açılacak olması, planlanan imarlar için umut vericidir.

Lüks pazarının gerçekten gelişmesi ve fiyatların artması için piyasa olgunluk seviyesinin bölgeye gelmesi gerekmektedir. İlk yıllarda lüks otellerin doluluk oranını arttırmak için, üst kalite oteller ile başa baş mücadele edeceğini tahmin ediyoruz, daha sonra belli bir doluluk seviyesine eriştikten sonra çekilebilmelidirler.

4.4 REKABETÇİ PERFORMANS/PIYASA TALEBİ

Aşağıdaki bölümde belli rekabetçi setlerin yatak odası performans göstergeleri belirlenmiş ve hafta içi / hafta sonu talebi ve mevsimsellik analizleri yapılmıştır. Veriler STR Global tarafından sağlanmıştır ve 2012 ile Mayıs 2014 arasındaki dönemi kapsamaktadır. Toplu veri sadece markalı otel performanslarından (Batum'daki Sheraton ve Radisson) ve Ukrayna'da Karadeniz kıyısındaki benzer performansa sahip otellerin performansından oluşmaktadır. Bu verilerin benzer oteller için olan talebi de yansıtacağı kanaatindeyiz.

Batum 200'den fazla tesis sunmaktadır (özel apartmanlar ve oteller). Şehirde (Konuleti dahil) faaliyete başlayan 5 yıldızlı ve lüks tesisleri göz önüne aldığımızda, kıyaslama amacıyla beş tesis değerlendirilebilir:

Radisson Blu Batum'da 160 oda bulunuyor ve düşük sezon içinde yaklaşık USD 135+ oda ve yüksek sezon için USD 215+ ile piyasa fiyatı lideridir. Otel, DOW oranlarını uygular ve takvim yılını yaklaşık % 45 doluluk oranıyla tamamlaması bekleniyor.

Sheraton Batum'da 202 oda vardır ve düşük sezonda 115+ USD ve yüksek sezonda 205+ USD gibi fiyatlar ile piyasa liderliğinde 2. Sıradadır. Otelin doluluk odaklı bir stratejisi vardır ve DOW fiyatlarını uygulamaz. Ve yıllık doluluk oranının, ADR hesabına göre, Radisson'unkinden daha fazla olması beklenmektedir.

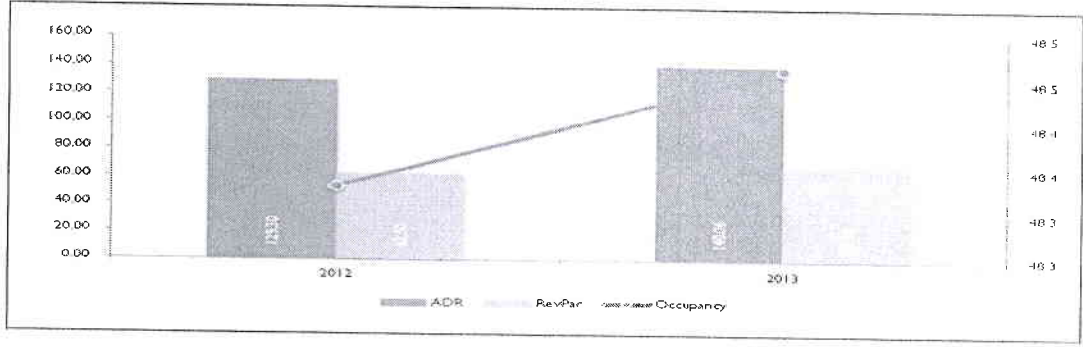
Intourist Palace Batum'da 146 oda bulunmaktadır ve herhangi bir fiyat stratejisi gütmemektedir.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi..... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

Divan Suites Batum, 2014'de açılan 65 yeni odaya sahiptir ve otel fiyatları Radisson'un fiyatlarının ortalama olarak % 30 altında olacak şekilde düzenlenmiştir. Otel Türk ziyaretçiler arasında meşhurdur (Divan bir Türk markasıdır) ve sınırlı stoktan ötürü yüksek sezonda ya tamamen ya da neredeyse tamamen doludur.

Georgia Palace Hotel Kobuleti'de kurulmuştur ve herhangi bir fiyat stratejisi yoktur ve yüksek sezonda yıllık yüksek doluluk ve düşük yıllık ADR beklenmektedir.



ADR RevPar Doluluk

Grafik11: Otel Performans Göstergeleri

Kaynak: STR Global

YIL	DOLULUK	ADR	REVPAR
2012	48.3%	\$129.30	\$62.5
2013	48.5%	\$140.06	\$67.8
2014	34.5%	\$106.20	\$36.6

- * Dönem boyunca, STR verilen otellerle ilgili veriler toplamaya başladığından beri, bu oteller için doluluk, yıllık ortalama %48-49 aralığında bir istikrara sahiptir.
- * ADR ise 2013'te ortalama olarak 410 doların biraz üzerine çıkmıştır ya da %8.3 artmıştır.
- * Doluluk ve ADR hareketlerinden ötürü, RevPAR, bir yıl içerisinde, 5 doların üstünde bir artışla 67.88 dolara yükselmiştir.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
...ING... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi...TR... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

MEVSİMSELLİK

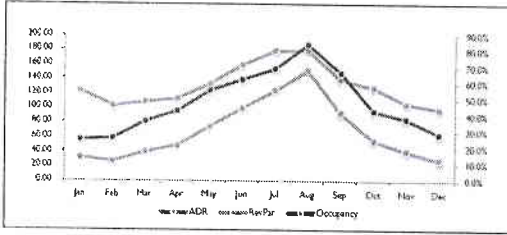
Mevsimsellik, söz konusu tesisin iş durumu ile ilgili önemli bir göstergedir. Aynı zamanda, bir otelin sezonluk personel ihtiyacını da etkilemektedir. Aşağıdaki grafik, rekabetçi setteki otellerin aylık gidişatını göstermektedir. Talep analizinin bir parçası olarak, talep oranlarını belirlemek için mevsimselliğe göz atarız. Aşağıdaki grafikte analiz edilen veriler 2013 yılına aittir. Ayrıca, aşağıdaki tabloda, 2012-2013 performans göstergelerine dair verileri de ekledik.

AYLIK PERFORMANS GÖSTERGELERİ - 2012

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
Doluluk	29.1%	29.5%	30.1%	40.2%	55.3%	69.8%	71.8%	84.3%	66.6%	44.6%	30.5%	26.7
ADR	\$116.86	\$98.26	\$103.91	\$117.09	\$123.06	\$138.20	\$159.20	\$148.60	\$128.60	\$117.59	\$109.43	\$112.6
RevPar	\$33.96	\$29.03	\$31.30	\$47.10	\$68.11	\$96.40	\$114.37	\$125.24	\$85.68	\$52.46	\$33.33	\$30.12

AYLIK PERFORMANS GÖSTERGELERİ - 2013

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
Doluluk	25.6%	26.2%	36.6%	43.0%	55.7%	62.6%	69.2%	84.5%	66.9%	43.0%	38.1%	28.7%
ADR	122.95	102.68	107.48	112.38	133.07	159.17	178.70	179.35	138.45	127.77	105.63	98.45
RevPar	31.44	26.86	39.32	48.29	74.15	99.64	123.68	151.48	92.60	54.99	40.19	28.26



- Yaz odaklı olarak gidilecek yerlere dair olmak üzere, grafik, Ağustos ayında %85 doluluk oranı ile en yüksek değerine ulaşmakta ve en yüksek dönemin Haziran ile Eylül ayları arasında olduğunu göstermektedir. Doluluk seviyeleri ile örtüşen şekilde, ADR de en yüksek düzeyi Temmuz- Ağustos arasında görmektedir, bu da temel olarak bu aylarda artan tatil oranları ve MICE seyahatlerinden kaynaklanır.
- Bir sonraki yaz sezonunda doluluk oranları Ekim ayı boyunca ciddi bir şekilde düşer, en büyük düşüşler, kurumsal seyahatlerin bile oranları yükseltmediği geleneksel tatil dönemleri olan Aralık ve Ocak aylarında gerçekleşir. ADR yüksek sezonlara oranla %35 oranında bir düşüş gösterir.
- Başlangıç ve bitiş ayları ise % 30-40 dolaylarında bir doluluk oranında kalmakla beraber, görece daha hareketli geçmiştir.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
 M.G. dilindeki asıl (fotokopi/faks)
 belgeyi.....diline tam ve doğru
 olarak çevirdiğimi beyan ederim.
 MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

PİYASA BÖLÜNMESİ

Konumu, sunulan imkanlar, aldığı değerlendirmeler ve ulaşım kolaylığına göre bir otelin tercih edildiği farklı iş kolları vardır. Aşağıdaki piyasa segmentleri, yerel ve bölgesel oteller için tipik gruplandırmalardır.

TUR OPERATÖR PİYASASI, bölge için en önemli segmentlerden biridir. Tipik bir yaz sezonu işidir. Bu pazar segmenti genellikle ortalama on gün konaklama süresi ile yarım pansiyon ya da tam pansiyon olmak üzere düzenlenir. Temmuz ve Ağustos ayları bu iş için Batum kıyısındaki en işlek aylardır. Söz konusu otelin bu eğlence işi için de rekabet edeceğini tahmin ediyoruz.

BOŞ ZAMAN DEĞERLENDİRME PİYASASI, kişisel eğlence amaçlı seyahatler, festivaller, hafta sonu tatilleri, geçici araba seyahatleri, tatilciler, yerel eğlence etkinliklerine katılan ziyaretçiler ve toplantı ve aile etkinlikleri için bölgeyi ziyaret eden kişilerden oluşmaktadır.

İŞ AMAÇLI GEÇİCİ KONAKLAMA PİYASASI, temel olarak yerel şirketlere yapılan ziyaretler, bağımsız satış yapanlar, eğitim ve diğer işler için orada bulunan çalışanlar ve belirli pazar yerinde bulunan firmalarla ilişkili kişilerden oluşmaktadır. Bir kısım Taşeron işçilerinden de söz etmek mümkündür, ancak bu oran tipik bir kurumsal orandan daha düşüktür. Bu odalar daha ziyade hafta ortasında, Pazartesi'den Perşembe'ye kadar talep görmektedir. Batum'da bulunan Radisson ya da Sheraton gibi otellerde daha ziyade yaygın olan iş tipi budur.

GRUP TOPLANTILARI PİYASASI segmenti, dernekler, kurumlar ve özel sektörden oluşmaktadır. Kurum toplantıları, belli satış ve ekip kurma etkinlikleri şu an Cuma ve Cumartesi günleri gerçekleşiyor olsa da, genel olarak hafta ortasında gerçekleşir. Konumun her şeyden daha önemli olduğu iş amaçlı geçici konaklama piyasasının aksine, kurumsal toplantılar için sadece otele dayalı değil, aynı zamanda fiyata, sunulan imkânlar, hizmete ve ulaşılabilirliğe de dayalı olarak otel seçim yapılır. Oteller, şirketler için daha düşük fiyatlarda olmak üzere durgun dönem fiyatlandırması da uygulayabilirler. Bu, oteller için dünya çapında geçerli olan çok başarılı bir stratejidir. Batum'daki bazı dört ve beş yıldızlı oteller, özellikle Eylül ve Ekim aylarında bu tür işleri çekmekte oldukça başarılı olmuşlardır, ancak kış süresince hava ulaşımının sıkıntılı olmasından ötürü, otellerin kış aylarında kar etmesi güçleşmektedir.

Bölgedeki oteller aynı zamanda düğünlerden ve toplumsal işlerden de kar etmektedirler çünkü birçok turist bu etkinlikler esnasında otelde kalmayı tercih etmektedir.

Batum'da dört ve beş yıldızlı oteller tarafından yararlanılan iş tipleri, %5-10 oranında grup toplantılarından, %10 oranında iş amaçlı geçici konaklama piyasasından ve %80-85 oranında boş zaman değerlendirme piyasasından ve tur operatör işinden oluşmaktadır. Eğlence turu işi Batum'daki otellerin büyük bir çoğunluğu için en baskın piyasa segmentidir. Toplantı salonları ve spa, sağlık/manyetik sağlık tedavileri gibi ek imkanlar sunan oteller dönemin ilk ve son aylarına ve düşük döneme odaklanmaktadır. Kumar tesisleri olan konaklama yerleri ise civar ve orta doğu ülkelerinden yıl boyu talep görmektedir.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
..... dilindeki asıl (fotokopü/faks)
belgeyi..... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

4.5 SONUÇ VE ÖNEMLİ ÖNERİLER

- Pazar değerlendirmesine dayanarak, Cushman & Wakefield | Georgia şu tavsiyelerde bulunmaktadır:
- Eğlence, yiyecek ve içecek, konferans ve etkinlikler tesislerine sahip en yüksek kalitede / lüks uluslararası markalı otellerin geliştirilmesi. Bu imkanlar yaz dönemi boyunca kısmen yüksek ortalama müşteri harcamasının elde edilmesini sağlayacak, ancak kış ayları boyunca da konuklara önerilen imar yerinde kalma imkanı sunan mevcut Batum ile kıyaslandığında, çekicilik ve imkan bakımından artış sağlayacaktır;
- Hâlihazırdaki Batum şehir kalkınma planına göre, saha, Karadeniz ile saha arasındaki (sahadan itibaren yaklaşık olarak 100 metre) herhangi bir imar formuna sahip değildir. Bu yüzden bu saha "denize sıfır deniz manzarası" olan ana gayrimenkul olarak değerlendirilmektedir.
- Kentin ana tesis geliştirme alanında, birinci sınıf bir konumda olmak suretiyle, saha, konut, satış, kumarhaneler ve konaklama alanları ile karakterize gayrimenkul imarı için uygundur.
- Yerel Batum yetkililerinin desteğiyle beraber, Turizm ve ekonomik gelişmeden sorumlu Batum bakanlıklarından alınan destekle, proje, devlet kanalları aracılığıyla, geniş destek aldı ve tanıtım sağladı.
- Toplam 203 oda kapasiteli, üç farklı oda kategorisi sunan otel. Bu otel, işletmecisinin seyahat piyasasında fark yaratmasını ve farklı talep segmentlerine göre farklı oda tipleri sunmasını sağlayacaktır, böylece ortalama günlük oda ücretleri ve oda gelirleri en yüksek düzeye çıkartılacaktır.
- Oda geliştirme ve konut satışına tamamlayıcı nitelikte 118 üniteli bir apart otel kompleksi, tanınmış global otel markalarından ve imkanlarından faydalanacaktır
- Metrekare başına 1500 dolardan 2500 dolara kadar değişen satış fiyatlarıyla 471 adet kaba inşaat rezidans. Rezidanslar, toplam 1,383 metre karelik bir alanda perakende satış yapan mağazalar gibi tesisler barındıracaktır.
- Apart otel kompleksi, aynı zamanda, işletmecinin, düşük sezonda talebi yumuşatacak şekilde global ortaklara, kısmi mülkiyet veya devre mülk üyeliği imkanları sunacaktır.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

5 SAHA ANALİZLERİ

Batum sitesi yaklaşık 4 hektarlık arazi üzerine inşa edilecek entegre bir kalkınma olarak önerilmiştir. Önerilen proje imarının aşağıdaki içermesi hedeflenmektedir:

- Lüks Otel (203 oda) & Konferans Merkezi (21.287 m²)
- Kumarhane (2887 m²)
- Perakende (hipermarket 44 perakende birim de dahil olmak üzere, 9397 m² GBA)
- Sağlık ve eğlence merkezi (2000 m²)
- Konut birimleri (471), 30342 metrekare GBA ve 25984 metrekare kiralanabilir. Rezidanslar, toplam 1,383 metre karelik bir alanda perakende satış yapan mağazalar gibi tesisler barındıracaktır.
- Apart-hotel (118 oda)
- Yaklaşık 88.988 m² genişliğinde Toplam İnşaat Alanı (Brüt İnşaat elverişli Alan)

Söz konusu arazinin (Ek ticari kullanımlar ile birlikte) misafirperverlik / konut amaçlı kullanımlar için uygunluğu, tesisin ekonomik canlılığını ve nihai pazarlanabilirliğini etkileyen önemli bir husustur. Boyut, topoğrafya, erişim, görünürlük ve yardımcı birimlerin kullanılabilirliği gibi faktörler bir sahanın cazibesini önemli oranda etkilemektedir.

The Cushman & Wakefield Georgia araştırma ekibi, geliştirme sahasının ve civarındaki alanın etraflı bir analizini yapmıştır.

Söz konusu Saha, No.1 Mtsvane Caddesi, Batum'da, şehir merkezinin yanında fakat dışında bulunan yeni turizm yatırım alanında bulunmaktadır. Analiz, SWOT analizi bölümünde özetlendiği gibi, sahanın esas yapısını ve önerilen Atlas Gürcistan JCS proje olanaklarını ve/veya tehlikelerini yeniden tanımlayabilecek alanla olan ilişkisini belirlemek amacıyla yürütülmüştür.

5.1 KONUM ANALİZİ

Müşteri tarafından temin edilen belgelere göre, bu raporda incelenen söz konusu sahanın toplam alanı 38,525 metre karedir. Saha, güney sınır hattına paralel olan ve şehirden havaalanına giden ana arteri oluşturan Mtsvane Caddesi No:1, Batum'da bulunmaktadır. Saha konumu konut, otel ve satış bileşenlerinden oluşan birleşik bir yerleşim alanı olmak için oldukça uygundur. Denize yakınlık (yani "denize sıfırlık") ve Seaside Bulvarı ve ana şehir parkına olan yakınlığı, yüksek oranda yay trafiğine neden olur. Oteller, konuk evleri ve kumarhaneler bölgede çoğunluktadır. Ayrıca çok aileli konutlardan oluşan, çoğunlukla eski Sovyet tipi binalar diyebileceğimiz konut blokları vardır. Halihazırda aktif birkaç şantiye mevcuttur ve 5 yıldızlık Hilton Oteli, konut kulesi, alışveriş ve kumarhane imkânları eğlence sitesini ağırlayacak olan bu şantiyelerin 2015'de tamamlanması beklenmektedir.

Söz konusu saha, yeni bulvarın hemen yanında ana yol erişimi ve hem trafik akışına hem de yaya yollarına olan iyi görünürlüğe sahip konumu sayesinde avantajlıdır.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
M.G. dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyiTRdiline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

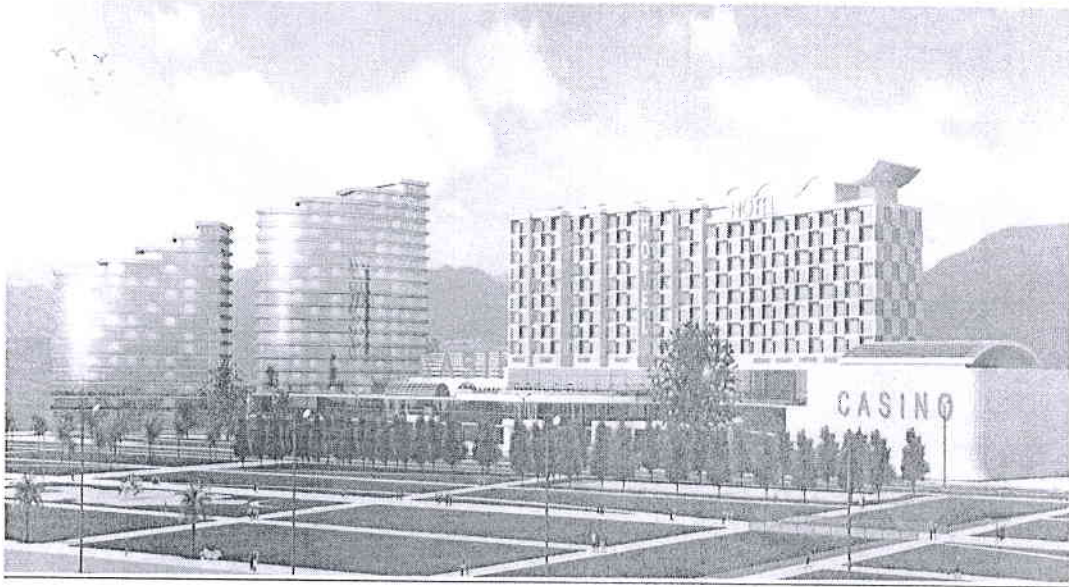
31 Aralık 2015

Aşağıda, civar alana ilişkin olarak sahanın illüstrasyonunu genel olarak açıklayan bir harita verilmiştir.



LOCATED ON NO.1 MTSVANE STREET, BATUMI.

Aşağıdaki resimler imar sona erdiğinde sahanın nasıl görüneceği üzerine mimari bir sunum niteliğindedir.



Tercüme edilmek üzere bana verilen
JMG..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi.....TR.....diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHİMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015



5.2 BİTİŞİK ARAZİ KULLANIMLARI

Otelin, satış alanının veya bir kumarhane tesisinin efradındaki alan, genellikle tesisin statüsü, imajı, sınıfı ve operasyonun tarzı üzerinde ciddi bir etkiye sahiptir ve hatta bu etki bazen belli bir piyasa segmentine hitap etmesi ve düzgün bir şekilde hizmet vermesine kadar uzanmaktadır. Raporun bu kısmı söz konusu çevreyi incelemekte ve ilerideki doluluk, ortalama fiyatlandırma ve genel karlılık üzerinde etkili olabilecek ilgili konum faktörlerini değerlendirmektedir.

Mevcut çevre alan, kumarhane tesisleri ve yerleşim yerlerinin yanı sıra çoğunlukla oteller ve konukevleri tarafından kullanılan birçok çevre alan kullanımlarını göstermektedir. Saha "yeni Batum Bulvarı" olarak adlandırılan şehrin ana uğrak yerinde konumlanmıştır. Ancak, çoğunlukla eski moda konut stoku şeklinde temsil edilen eski binalara bölge boyunca rastlanabilmektedir. Bu binaların da, önümüzdeki yıllarda, mevcut yenileme süreçlerinin bir uzantısı olarak, çağdaş konut ve ticari konaklama tipi binalara doğru kademeli bir dönüşüm gerçekleştireceğine inanılmaktadır.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
..... dilindeki asıl (fotokopü/faks)
belgeyi..... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

5.3 SWOT ANALİZİ

Aşağıdaki SWOT analizinde, önerilen otel, konut, kumarhane ve perakende imarı hesaba katılarak, söz konusu sahanın göreceli güçlü yönleri, zayıf yönleri, sunduğu fırsatlar ve tehditlere dair değerlendirmemiz sunulmaktadır.

Güçlü Yönler

- Güçlü hükümet desteği;
- İyi yerel ulaşım altyapısı;
- Dört mevsim tesisi geliştirme için iyi konum;
- Önemli imar ve yenilenme aşamalarından geçen şehir tesis alanında bulunma;
- Uzun mesafen trafik görünürlüğü;
- Konut daire anahtar teslimi
- Sosyal ve ticari altyapılı bir kompleks gelişimi için uygun geniş saha alanı
-
- Batum havaalanına yakın konum

Zayıf Yönler

- Zayıf bölgesel ve uluslararası taşımacılık erişimi;
- Yüksek mevsimsellik- çok yoğun, fakat kısa yaz dönemi; ancak uzun, oldukça durgun dönem.
- Daha cazip yurtdışı tatil yerleri nedeniyle zayıf iç talep
- Batum şehir merkezine nispeten uzak (uzun yürüme mesafesi) mesafede olma
- Bölgedeki benzer alanlara göre düşük satış oranı.

Fırsatlar

- Batum'un, uluslararası ulaşım bağlantıları da dahil olmak üzere, global turist destinasyonu olarak popülerleşmesi
- Satış segmentinin yanı sıra konaklama, yemek ve eğlence fırsatlarının kalitesi bakımından düşük rekabet oranı
- Kumarın güçlü bir talep oluşturması
- Doğanın yıl boyu gelişmesi, cazip yarı tropikal iklim nedeniyle iç bölgelerdeki tatil köyleri;
- Komşu ülkeler ile işbirliği programlarının geliştirilmesi
- Türkiye, Rusya, Ermenistan, Azerbaycan, Orta Doğu'ya yakın olunmasından dolayı iş seyahatlerinin artması
- Proje için ekonomik ve piyasa esnekliği sağlayacak etkili safhalandırma

Tehlikeler

- Ülkedeki siyasi istikrarsızlık;
- Kumarhane gelişimine getirilecek olası sınırlamalar– Acaristan'da kumarhane ve kumarhane gelişiminden ötürü doğması muhtemel sosyal tansiyon;
- Uluslararası markalı oteller de dahil olmak üzere, bölge genelinde otellerden gelen yüksek orandaki rekabetçi baskı
- Bir dizi otel geliştirme önerisi son zamanlarda planlama izni almış ya da çevre bölgede yapım aşamasındadır ki bu durum işletmecilerin ilgilenmesi durumunda orta vadede arzda bir artışa neden olabilir;
- Konut gayrimenkul rekabetinde artış

Tercüme edilmek üzere bana verilen
J.N.G..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi.....T.R.....diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

5.4 SONUÇ

Yukarıda bahsi geçen araştırma ve analize dayanarak, Mtsvane Caddesi No.1, Batum'da bulunan proje alanının uluslararası markalı otel ve konut / apart otel, perakende ve eğlence tesisleri, spa, fitness, güzellik salonu ve kumarhane imarı için iyi bir fırsat sunduğunu söyleyebiliriz. İmar, lükse yönelik olmalıdır ve tüm yıl boyunca arzı güçlü tutmak için konferans ve kumarhane unsurları yönlerini geliştirecektir.

Halihazırdaki Batum şehir kalkınma planına göre, Karadeniz (sahadan yaklaşık 100 metre ötede) ve saha arasında imar olmayacak ve Batum'un diğer bölgelerinden sahaya kolay erişilebilirlik söz konusudur. Bu nedenle, bu saha "denize sıfır deniz manzaralı", A kalite bir gayrimenkul olarak görülmektedir. Bu nedenle kalkınmanın geniş bir yelpazede segmentler için cazip olacağını ve hem otel oda fiyatları için hem de tesisler, konferans ve etkinlikler ve metrekare başına düşen konut fiyatları için yüksek fiyat çekilebileceği görüşündeyiz.

Batum yenileme geçiren bir şehirdir ve ufuk çizgisi birçok konut ve karma kullanımlı imarlarla değişmektedir. Yüksek kaliteli ve lüks konaklama otelleri ciddi anlamda göz önünde tutulurken, Batum'da halihazırda ortalama oda fiyatları yaz dönemi için ciddi oranda artmaktadır; ancak, kış dönemi otel mekanı için her zaman problemlidir. Gürcistan Hükümeti ve yerel yetkililerin devam eden desteği ve uygulanan istikrarlı politikalar sayesinde, Batum olumlu anlamda turist sayısında ve kurumsal arzda artış sağlayacaktır, bu yüzden, otel piyasasında oluşması muhtemel herhangi bir aşırı besleme, uluslararası ziyaretçilerin artan talebiyle dengelenmelidir.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
M.G. dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi T.B. diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

6. PROJE KONSEPTİ

6.1 ATLAS OTELI PROJESİ İÇİN SENARYO

Aşağıdaki bölüm Atlas Otel Geliştirme konseptini detaylı bir şekilde anlatmaktadır. Sonuçlarımızı, rekabetçi piyasa analizi, saha analizi ve Müşteri tarafından temin edilen bilgilere dayandırdık. Önerilen imarın aşağıdakilerden oluşacağı konusunda bilgilendirilmiş bulunuyoruz:

- Lüks Otel (203 oda) & Konferans Merkezi (21.287 m²)
- Kumarhane (2887 m²)
- Perakende (hipermarket 44 perakende birim de dahil olmak üzere, 9397 m² GBA)
- Sağlık ve eğlence merkezi (2000 m²)
- Konut birimleri (471), 30342 metrekare GBA ve 25984 metrekare kiralanabilir. Rezidanslar, toplam 1,383 metre karelik bir alanda perakende satış yapan mağazalar gibi tesisler barındıracaktır.
- Apart-hotel (118 oda)
- Yaklaşık 88.988 m² genişliğinde Toplam İnşaat Alanı (Brüt İnşaata elverişli Alan)

Bu analize dayanarak, en uygun konsepti belirleyecek olan aşağıdaki sonuçlara erişilmiştir:

- Halihazırdaki Batum şehir imar planına göre, Karadeniz (sahadan yaklaşık 100 metre ötede) ve saha arasında geliştirme olmayacaktır. Bu nedenle, bu saha "denize sıfır deniz manzaralı", A kalite bir gayrimenkul olarak görülmektedir.
- Şehrin temel tatil köyleri bölgesinde ve oldukça iyi bir konumda olmasından ötürü, saha, konut, ticari satış, kumarhane ve konaklama ile karakterize gayrimenkul imarı için uygundur
- Halihazırdaki mimari ve inşaat tasarımına göre konut apartmanlarının büyük bir çoğunluğu, Karadeniz üzerinden harikulade bir manzaraya sahip olacak ve her otel odasında bir balkon mutlaka olacaktır.
- Projenin konut kompleksi, otel tarafından sağlanan imkan ve hizmetlerin sinerjisinden faydalanacaktır.
- Ortalama 500 konuk ağırlama kapasitesi ile, konferans ve etkinlik tesisleri imkanları Batum'da talep görmektedir. Fakat otel yönetim şirketinin, İstanbul gibi bölgesel konferans ve etkinlik merkezleri ile rekabet edebilmek için, konferans ve etkinlik işinin boyutunu arttırmaya yönelik bir strateji izleyeceğini göz önünde tutarak, esnek bir düzenle tasarlanmış, 2000 metre kareye kadar konferans ve etkinlik alanı tahsis edilmesi önerilmektedir.
- Kumar imkanının tüm sezonlar boyunca otel için ek talep yaratacağından dolayı, otel, kumarhane ziyaretçi oranını ve kumarhane ziyaretçi oranı da oteli tamamlayacaktır.
- Otelin, otel markasının gücüne bağlı olarak kurumsal ve boş zaman değerlendirme piyasasını yakalama fırsatı olacaktır. Batum'daki mevcut ve gelecekteki gayrimenkul piyasa segmentlerini analiz etmiş olmak suretiyle, inanıyoruz ki, bu konum için en uygunu, lüks bir

Tercüme edilmek üzere bana verilen
ING..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi.....TR.....diline tara ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

otel ihtiva eden çok fonksiyonlu bir kompleks ve genişletilmiş tesisler, alışveriş merkezi ve kumarhanesi olan möbleli kiralık daireler yapmaktır.

- * Aşağıdaki tablo yaptığımız analizin üst kalite otel ve konut birimleri için gerekli olduğunu öne sürdüğü tesislerin bir özetini göstermektedir:

OTEL	BİRİM SAYISI	ALAN
Deluxe	167	35 metre kare
Junior Suit	24	50 metre kare
Executive Suit	12	70 metre kare
Toplam anahtar sayısı	203	

EVLER	BİRİM SAYISI
1+0 Daire	143
1+1 Daire	143
2+1 Daire	176
2+1 Dupleks	4
3+1 Dupleks	5
Toplam birim sayısı	471

6.2 OTEL KONSEPTİ

Otel girişi Mtsvane Caddesi tarafı boyunca düzenlenmelidir. Batum'un merkezinden havaalanı yolundan misafirleri otele yönlendirmek için işaretler olmalıdır. Toplantı ve yemek daveti verilen tesislerin binaya ana lobiden direk bir ulaşımı olması için ve mümkünse ayrı bir girişi olacak şekilde düzenlenmesini öneriyoruz. Otel girişinin lüks bir otele uygun ulaşma hissini yaratması gerekiyor – kültürlü bir dokunuşa sahip aydınlık ve ferah bir lobi öneriyoruz.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
...ING... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi...TR... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015



Resepsiyon ve kayıt masaları son teknoloji özellikleri ile oluşturulmalıdır. Ana girişte otelin lobisini ve restoranlarını gösteren işaretler olmalıdır. Giriş katına bir bavul yeri yapılmalıdır. İç mekanın tüm tasarımı mümkünse otel işletmecisi ile görüşülmelidir.

OTEL ODA DÜZENİ

Önerilen 203 misafir odası sayısının mekân için en uygun sayı olduğuna inanıyoruz. En büyük oda genişliği ve düzeni, mimari tasarıma ve otel işletmecisinin gelecekteki ihtiyaçlarına bağlıdır, bununla birlikte, genel piyasa standartlarına bağlı olarak aşağıdaki yaklaşık bölünmeyi öneriyoruz.

- 167 adet yaklaşık 35m²'lik Deluxe oda
- 24 adet 50m²'lik Junior Süit
- 12 adet 70m²'lik Yönetici Süiti

Üst kalite bir otel olarak, otelde "standart oda" bulunmamaktadır ve tüm odalar lüks seviye olarak sınıflandırılmıştır. Odaların çoğunluğu şirketlerden, üst seviye MICE misafirlerden ve tatil gruplarından gelen muhtemel talebin çoğunluğunu tatmin edecek olan yaklaşık 35 metre kare büyüklüğündeki deluxe kategorisinde olmalıdır.

Junior Süitler üst düzey şirket müşterilerinin, bireysel tatil gezginlerinin ya da ailelerinin rağbet ettiği odalar olacaktır ve Yönetici Süitleri için otelin en üstünü ayırmayı öneriyoruz. Yönetici süitleri daha büyük balkonlarla ve daha geniş görüş alanı ile tasarlanabilir.

Toplam oda sayısı içerisinde süitler için %18'lik yer ayrılmasının yeterli ve mevcut pazarın üzerinde olacağına inanıyoruz. Toplamda 203 oda varken daha fazla süit konulmasını tavsiye etmiyoruz.



OTEL YIYECEK & İÇECEĞİ



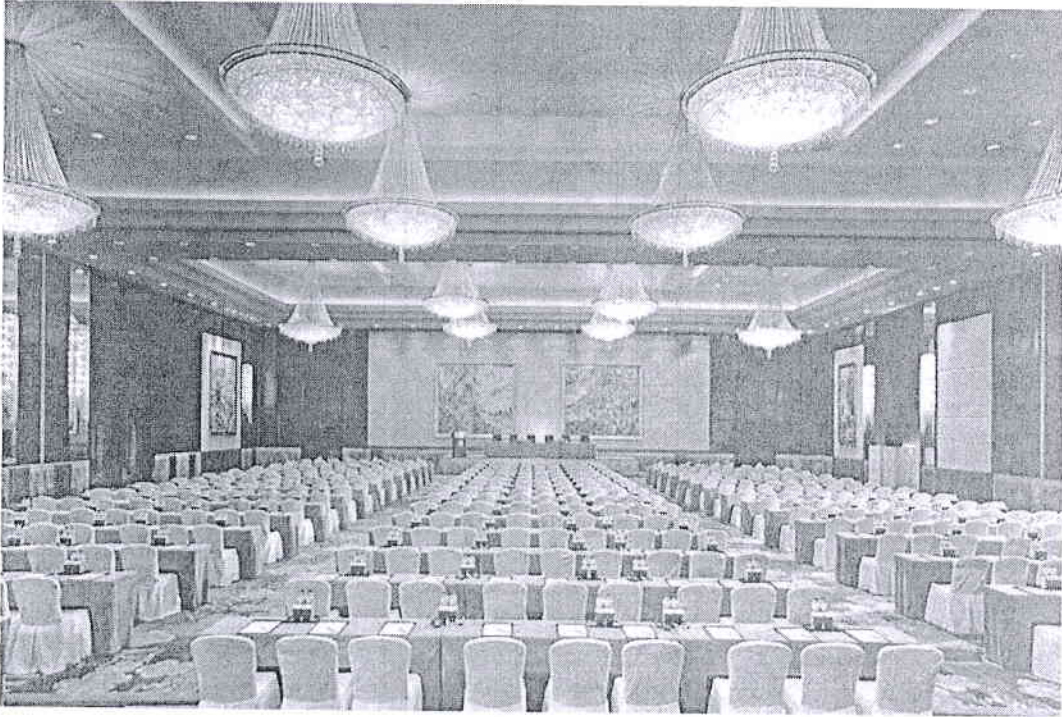
Oteldeki yeme-içme noktaları en yüksek standartlarda olmalı ve yaklaşık 150-180 kişiye hizmet veren ana bir restoran öneriyoruz ve burası ana kahvaltı salonu da olabilir (büfe tarzı).

Üst seviye bir otel olarak uluslararası geçerli bir dereceye sahip olmak için, enerjik bir yemek deneyimi yaratmak için açık bir mutfak ve canlı yemek pişirme yerleri ile donatılan alternatif bir öğle/akşam yemeği restoranına sahip olma gereksinimi vardır. Daha uzun bir yaz dönemi göz önünde bulundurularak açık bir teras tavsiye ediyoruz.

Ana lobi barı yaklaşık 50 tane oturma yeriyle 24 saat boyunca otel misafirleri için açık kalmalıdır. Ferah olmalıdır ve misafirlerin küçük iş toplantıları düzenlemesi ve aynı zamanda hem çalışıp hem de yemek yiyebilmeleri için masalar çok küçük olmamalıdır, fakat gizlilik de düşünülmelidir. Lobi barının kendisi bir günde 24 saat boyunca ana mutfak tarafından sağlanabilen bar çerez menüsü ile otelin lobi bölgesine hizmet etmelidir.

Ana otel mutfağı etkili bir servis sağlayabilmek için ana restoran ile konferans & yemek daveti verme alanı arasında konumlandırılmalıdır. Oda servisi ve mini barlar otelin tamamında mevcut olacak ve süitlerde içi tamamen dolu barlar olacaktır.

KONFERANS & TOPLANTI TESİSLERİ



Konferans noktası olarak, Batum, bölgesel konferanslar ile rekabete girebilir ve düğün yeri olarak büyük ölçekli düğün organizasyonlarına ev sahipliği yapacaktır, bundan dolayı çok amaçlı alanlar ve vestiyerlerin de içinde bulunduğu tüm toplantı alanı için 2000 metre kareye kadar bir alanın ayrılmasını öneriyoruz.

Rakip otellerde bulunan hali hazırdaki konferans tesislerini inceledik ve konferans alanı için şehirde iyi bir talebin mevcut olduğunu gördük. Toplantı alanı iyi bir şekilde planlanmalı, ticari amaçlı olmalı ve açıklık hissi vermelidir.

Aşağıdaki toplantı/iş alanı analizini öneriyoruz: -

- Ana Balo Salonu – 1500 metre kare, gerektiğinde 2 küçük odaya bölünebilir;
- Konferans Salonu – 300 metre kare;
- Çeşitli Toplantı odaları – 25-100 metre kare aralığında 5-8 oda
- Çok amaçlı alanlar, tuvaletler ve vestiyerler.

Tüm toplantı ve yemek daveti tesisleri için otel kanatlarının birisini ayırmayı ve giriş katı ve birinci kat seviyesinde tam bir konferans katı tahsis etmeyi öneriyoruz. Ana otel mutfağı sıcak kutu deposu ve hazırlık için konferans merkezine bitişik bir yardımcı mutfağı olan, konferans tesislerine uygun ve yakın bir girişi olmalıdır.

6.3 YERLEŞİM KONSEPTİ

Projedeki ikamet bileşenlerinin uygunluğunu belirlemek için aşağıdaki unsurlar ve izlenimlerin rehberliğinden faydalandık: -

- Kaliteli meskenler için hem yerel nüfus perspektifinden hem de aynı zamanda tatilcilerden güçlü bir talep bulunmaktadır;
- Önerilen alanın denize, ana ulaşım yollarına ve Batum'daki gelişen altyapıya yakınlığı açısından avantajları bulunmaktadır;
- Konaklama tesisleri diğer çoğu emlak konseptlerinden daha kısa geri ödeme süresi ile nitelendirilmektedir;
- Devre mülk ve odaların kısmi mülkiyetini sezon dışında daha çok talebi garanti edecek dünya çapında ortaklar aracılığıyla teklif etme ihtimali bulunmaktadır;
- Profesyonel bir gayrimenkul yönetimi şirketi tesislerin iyi korunmuş olduğunu ve uzun vadeli varlık değerinin mal sahibinin amortisman fonu ve sermaye masraflarının etkin kullanımı olmadan korunmasını garanti edecektir.

Sahadaki mesken imarı daha kısa geri ödeme süresi ve düşük absorbe oranları ile ilgili riskleri düşürme amacıyla tasarlanan yerleşim planından (toplamda 471 birim) dolayı ilgi çekici olarak düşünülebilir. Borç faiz oranındaki dalgalanmalar ve ülkeye özgü risklerden dolayı gayrimenkul satış hacmi değişken iken, metre kareye düşen uygun fiyatlandırma tahminleri yapılacaktır; konutlar için müşteri talebinin, projenin karlılığına yol açacağı tahmin edilmektedir.

6.4 PERAKENDE BİLEŞEN

Müşteri tarafından seçilen yerleşim planı, kiracılar has gereksinimlere ilişkin esnekliği bulunan iş merkezi düzenlemesidir. Perakende birim modülü bizim önerdiğimiz seçilen konsept gelişimi için bir standart olarak 12m x 12m'lik temel bir format uygulanmış olmasına rağmen önemli ölçüde değişebilen yapısal şebeke tarafından ortak olarak belirlenmiştir. Perakende ikamet edenler için olan ön sürüm düzenlemelerine dayanan imarla, önerilen serbest plan iç kaplaması ile kolaylıkla ulaşılabilmesine rağmen, bireysel dükkanların isteği ile uyum sağlamak amacıyla birimlerinin ebatlandırılmasının esnek kalmasının büyük önemi vardır. Önerilen birim ebatlandırılması 'Brüt İç Alan' (BIA) düzenlemesinde olan standart kiralama düzenlemesi bulunan temel hedef sakinlerinin standart gereksinimleri ile aynı doğrultudadır. Taban plakası dayanımı 7 KN/m²'ye göre belirlenmelidir.

Dükkan kiracısının dikey boyutlarla ilgili temel isteği, bitmiş zeminden yapının altına dek giden net bir iç yüksekliktir, bu alanın içine mekanik ve elektrikli ekipman için gereken boşluk da eklenir, dikey cephe yüksekliği de önemlidir. Önerilen projenin hedef aldığı kiracılar en az 3,5 m. Yükseklikte bir mekanda iş yapmak isteyebilirler.

İmarı yapan şirket normalde perakende dükkan birimlerini kaba inşaat seviyesi standardında sonlandırmaktadır. Daha sonra farklı türdeki dükkan kiracıları da kendi dükkanlarına uyacak biçimde mekanik ve teknik kurulumlarını; örneğin iç tadilatları, çevresel hizmet kurulumlarını ve ürünlerin dükkana uyarlanması gibi işleri yapmaktadırlar. Pek çok dükkan tesisinin kaba inşaatı yapıyı, hava şartlarına karşı gerekli olan bina örtüsünü, (varsa) zemin açıklıklarını ve kapakları açılmış prizlerle elektrik hizmetlerini içerir. Genel olarak kaba inşaat su ve su tahliyesi gibi temel hizmet bağlantılarını da içerir (F&B birimleri için). Yine, elektrik, ortak yangın ve güvenlik sistemi ara yüzleri ve kapalı su püskürtme sistemi bağlantısı da dahildir. Genelde kiracılar kendi telefon ağını bağlatmakla yükümlüdürler. Kablo hizmetleri her kiracı için metre başına ödeme usulü fiyatlandırılır.

Birimin çoklu yerlerinde evrensel dükkan birimi boyutu modülünün uygulanması önemlidir ve daha büyük formatta bile perakendecilerin isteklerini karşılayacaktır. Birimleri entegre edebilmek, başarılı bir alışveriş merkezi kurabilmek ve esnek kiralama düzenlemeleri yapabilmek için temel öneme sahiptir. Var olan birimlere sığmalarını istemektense, hedeflenen kiracı kitlesine istedikleri özellikleri ve alanı sunabilmek tercih edilmelidir. Doğru alana sahip olmak onların daha etkin çalışmalarını, işlerini güçlendirmelerini ve böylece kirada güvenilirliği arttıracaktır.

6.5 KUMARHANE BİLEŞENİ—2.887 M²LİK KUMARHANE

Gürcistan'da şu anda 9 kumarhane bulunmaktadır –üç tanesi Tiflis'te (kumar oynama vergilerinin 2005 yılında büyük oranda artmasından sonra sayısı 18'den üçe düşmüştür) ve altı tanesi de Batum'da.

Kumar oynamak aşağıdaki sınır ülkelerinde yasaklanmıştır:

- Rusya
- Türkiye
- Azerbaycan

Orta Doğu'nun tüm yüksek gelirli ülkelerinin yanı sıra önemli sayıda turist geldiği Ukrayna ve Suriye.

Batum'da çalışmakta olan kumarhane işletmelerine büyük ilginin sebepleri şunlardır:

- İlgili çekici kumar işletme mevzuatı
- İlgili çekici yatırım ortamı
- Bölgesel ülkelere liberal vize rejimi
- Türkiye başta olmak üzere sınır komşularında kumarın yasaklanması
- Havayoluyla, deniz yoluyla, tren yoluyla ve uluslararası sınır ile yüksek erişim
- Üst seviye güvenlik
- Düşük ve sabit kumar vergileri
- Vergileri düşük, istikrarlı ve idaresi kolaydır.

- Ücret bordrosu, sosyal sigorta ya da sermaye kazançları vergisi yok
- Servet vergisi, veraset vergisi ya da pul vergisi yok
- Bireylerin yabancı kaynaklı gelirleri tamamen muaf tutulmaktadır
- Düşük ve basit vergilendirme için güçlü bir siyasi taahhüt
- KDV %18 & Şirket Gelir Vergisi %15
- Birkaç ülke ile çift vergilendirmeden kaçınma anlaşmaları
- En az 100 odaya sahip yeni açılan hoteller için, ilk 10 yıllık işletme için kumarhanes lisansına ilişkin yıllık ücret yoktur. Otel açılana kadar bu lisansa izin verilmez.

Karadeniz kıyı bölgesindeki kumarhane piyasasının SWOT (Güçlü yönler, Zayıf yönler, Fırsatlar ve Tehlikeler) analizi aşağıda özetlenmiştir:

Güçlü Yönler

- Kumarhanelerin, turizm piyasasının gelişiminde olumlu etkileri vardır ve hem uluslararası hem de yerel turistlerin tüm yıl boyunca büyük oranda ilgisini çekmektedir.
- Kumarın yasaklandığı ülkelerden turist akışının sürekli büyümesi ve hızlı artışı
- Çevredeki ülkelerde kumar oynamaya büyük eğilimler
- Güçlü devlet desteği
- Komşu ülkelerden vize rejiminin kademeli olarak basitleştirilmesi
- 100'den fazla odaya sahip oteller için vergi muafiyeti

Zayıf Yönler

- Düşük kalitede bir müşteri alanı sağlayan ve kötü bir şekilde kontrol edilen slot makine oyunlarının ortaya çıkması ve gelişmesi
- Kumarın ve genel olarak kumarla ilgili problemlerin olumsuz imajı
- Muhtemel kumarhane fazlalığı
- Gelişmekte olan kanuni çerçeve
- Uzun dönem siyasi desteğin belirsizliği

Fırsatlar

- Yeni bir tatil kültürü ve tatilin bir parçası olarak kumar tüketimi yaratmak
- Kalış süresini arttırmak için daha kapsamlı bir ziyaretçi nüfusu çekmek
- Dikkatle yönetilen ve kontrol edilen kumar sağlamak
- Sorumlu kumar politikaları ve prosedürleri gerçekleştirmek
- Sadakate ve tekrar gelişlere yol açan olağanüstü müşteri hizmeti
- Uluslararası uzmanlığa sahip işletmecileri çekmek

Tehlikeler

- Devlet kanunları kumarhane sektörüne ne kadar süre özel muamele gösterecek
- Kumarhanelerin arz fazlalığı
- Harç ve vergilerdeki değişiklikler
- Kumar bahisleri ve makine sayılarına sınırlandırma
- Sıkı kanuni kontrolü
- Anahtar hedeflerden bölgeye olan uçuşların ulaşılabilirliğindeki değişim

Tercüme edilmek üzere bana verilen
 1. NG dilindeki asıl (fotokopi/faks)
 belgeyi diline tam ve doğru
 olarak çevirdiğimi beyan ederim.
 MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

7 SONUÇ

Gürcistan pazarı hususunda Cushman Wakefield | Veritas Brown'ın bilgilerine ve yine Cushman Wakefield | Veritas Brown danışmanlık departmanı tarafından ilgili konumda yapılan araştırmalara, mali analizlere ve pazar karşılaştırmalarından alınan bilgilere dayanarak, Atlas Gürcistan projesi hakkında vardığımız sonuçlar aşağıdaki gibidir:

- Mevcut Batum kenti imar planına göre, inşaat alanıyla Karadeniz arasında (yaklaşık 100 metre uzaklıkta) herhangi bir başka inşaat imarı olmayacaktır. Bu nedenle inşaat mekanı, birincil emlak ve "denize sıfır deniz manzaralı"dır.
- Şehrin ana imar bölgesinde bulunan birincil bir konum olarak, inşaat alanı, rezidans, perakende satış, kumarhane ve otel gibi oluşumlar için idealdir.
- Turizm ve ekonomik kalkınmadan sorumlu Gürcü bakanların güçlü desteğiyle yerel Batum otoritelerinin desteği bir araya geldiğinde, proje devlet kanalları aracılığıyla büyük bir tanıtım ve desteğe sahip oldu.
- Batum tatil yerleri için Gürcistan Uluslararası Turizm Yönetimi tarafından sağlanan daha büyük bir reklam kampanyası ile Batum'daki şirket etkinlikleri ile hedef yönetim şirketlerindeki (DMC) artış ile bir araya gelerek, MICE (Toplantılar, Teşvik Tedbirleri, Kongreler ve Sergiler) etkinlikleri ve misafirlik potansiyelinin büyümesi kesindir.
- Proje sahası İstanbul, Moskova ve Tiflis gibi kurumsal iş merkezleri ile rekabet edebilen Konferans ve MICE etkinliklerini garanti edebilecek şekilde tasarlanarak yıl boyunca daha güçlü otel oda doluluğu sağlanacaktır.
- Alışveriş ve kumar tesislerinin yanı sıra otel, konferans tesisleri ve konut/apart otel inşa etmek için önerilen konseptler, tüm bileşenler için etkili sinerjiler getirecektir.
- İç karlılık oranı ve Net Cari Değerlemeler, projeye ilişkin başlangıç yatırımlarına dair güçlü getiriler ve uzun dönem finansal stabilite göstermektedir.
- Dairelerin, metre karesi tahmini olarak 620\$ olmak üzere teslim edilmesi planlanmaktadır (kaba inşaat). Ulaşılabilir ve rekabetçi ortalama bir fiyatlandırma olan metre karesi 1500-2000\$ mükemmel bir piyasa absorbe oranını garanti edecektir.
- Batum Gürcistan'daki ikinci en büyük şehirdir ve perakende piyasasına ilişkin büyük markalaştırma fırsatlarının reklamını yapmanın yanı sıra kaliteli konaklama ve yemek endüstrisinde orantılı bir kalite arzı eksikliği bulunmaktadır.
- Benzer oyun fırsatlarından yoksun komşu ülkelerden gelen güçlü ve artan talep sayesinde kumar, Batum için gelir ve karlılığın ana kaynağı olmaya devam edecektir.
- The Atlas Otel JSC, Batum'da başarılı lojistik imar projelerini çoktan bitiren yerleşik bir proje yönetim ekibine sahiptir.

EK 1: ÖRNEK YERLEŞİM YERİ FİYATLANDIRMA

Aşağıdaki projeksiyonlar A301-A308 ve B301-B309 numaralı ikametgâh amaçlı dairelerin satış fiyatlarının nasıl olması gerektiğiyle ilgili örnekleri göstermektedir. Tahmini ortalama metrekare fiyatları 2000 USD ile 2500 USD arasında değişmektedir. Bunlar metrekare başına tahmini değerlerdir ve gelecekteki satış anındaki mevcut piyasa koşullarına göre değişiklik gösterebilir.

DAIRE NO	YATAK ODAS	BALKON HARİÇ BÜYÜKLÜK	BALKON DAHİL BÜYÜKLÜK	BALKON BÜYÜKLÜĞÜ	DENİZ MANZARASI	METRAKARE FİYATI	MANZARA METREKARE FİYATI	KAT FİYAT ARTIŞI	TOPLAM FİYAT USD
A301	2	37.65	51.8	14.15	Doğrudan Manzara	2,000	2,100	2,150	111,370
A302	2	42.1	49.4	7.3	Yandan Manzara	2,000	2,000	2,050	101,270
A303	2	37.25	42.95	5.7	Yandan Manzara	2,000	2,000	2,050	88,048
A304	1	42.35	48.35	6	Yandan Manzara	2,000	2,000	2,050	99,118
A305	1	42.15	47.85	5.7	Doğrudan Manzara	2,000	2,100	2,150	102,878
A306	1	37.7	42.3	5.6	Doğrudan Manzara	2,000	2,100	2,150	90,945
A307	1	37.4	43.05	5.65	Doğrudan Manzara	2,000	2,100	2,150	92,558
A308	1	36.9	42.6	5.7	Doğrudan Manzara	2,000	2,100	2,150	91,590
A309	2	37.6	52.7	15.1	Doğrudan Manzara	2,000	2,100	2,150	113,305
B301	2	37.65	51.8	14.15	Doğrudan Manzara	2,000	2,100	2,150	111,370
B302	2	42.1	49.4	7.3	Yandan Manzara	2,000	2,000	2,050	101,270
B303	2	37.25	42.95	5.7	Yandan Manzara	2,000	2,000	2,050	88,048
B304	1	42.35	48.35	6	Yandan Manzara	2,000	2,000	2,050	99,118
B305	1	42.15	47.85	5.7	Doğrudan Manzara	2,000	2,100	2,150	102,878
B306	1	37.7	43.3	5.6	Doğrudan Manzara	2,000	2,100	2,150	93,095
B307	1	37.4	43.05	5.65	Doğrudan Manzara	2,000	2,100	2,150	92,558
B308	1	36.9	42.6	5.7	Doğrudan Manzara	2,000	2,100	2,150	91,590
B309	2	37.6	52.7	15.1	Doğrudan Manzara	2,000	2,100	2,150	113,305

A301 ile A309 ve B301 ile B309 (toplamda 18 daire), şu andaki toplam satış değeri USD \$1,784.3.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
 dilindeki asıl (fotokopi/faks)
 belgeyi diline tam ve doğru
 olarak çevirdiğimi beyan ederim.
 MAHİMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

NO.1 MTSVANE STREET, BATUMI

REAL ESTATE VALUATION REPORT



**CUSHMAN &
WAKEFIELD®**

Tercüme edilmek üzere bana verilen

ING..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi...TR.....diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.

MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015



20th December 2015

For the attention of:
Avrasya Gayrimenkul Yatirim Ortakligi
A.S. Buyukdere Cad. No.121 Metrocity
A Blok Kat.17, I. Levent
Istanbul, Turkey

Dear AVRASYA GAYRIMENKUL YATIRIM ORTAKLIGI A.S.

In accordance with your request we have completed our real estate valuation report associated with the proposed development of a residential development located at No.1 Mtsvane Street, Batumi, Georgia. For the apartments on Floor 4: A301 to A309 and B301 to B309 (in total 18 apartments), the current anticipated total sale value is USD \$1,784,310.

The entire study and conclusions reached are based upon our present knowledge and information with respect to the status and demand characteristics of the subject project's competitive lodging and residential markets.

As in all studies of this type, the estimated results are based upon competent and efficient management and presume no significant change in the competitive position of the relevant industries in the immediate area from that as set forth in this report. They are also based on our evaluation of the present economy of the region and do not take into account or make provision for the effect of any sharp rise or decline in economic conditions not presently foreseeable. To the extent that wages and other operating expenses may advance over the economic life of the subject project, we expect that prices of rooms, apartments and other services will be adjusted, at least to offset such advances. The terms of our engagement are such that we have no obligation to revise this report or the estimated annual operating results to reflect events or conditions, which occur subsequent to the date of the completion of our fieldwork.

Please do not hesitate to call should you have any comments or questions.

Sincerely,

Cushman & Wakefield Georgia LLC

Nick Urushadze MRICS

Andrej Burjanadze | Director

Tercüme edilmek üzere bana verilen
...ING... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi...TR... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHİMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

TABLE OF CONTENTS

1 INTRODUCTION	4
1.1 BACKGROUND TO THE STUDY	4
1.2 METHODOLOGY	5
2 AN OVERVIEW OF GEORGIA & BATUMI	7
2.1 LOCATION	7
2.3 DEMOGRAPHIC STUDY	8
2.4 SOCIAL AND CULTURAL OVERVIEW	9
2.5 ECONOMIC STATUS	10
2.6 ACCESSIBILITY AND TRANSPORT INFRASTRUCTURE	13
2.7 INTERNATIONAL TOURISM IN GEORGIA	20
2.8 DOMESTIC TOURISM IN GEORGIA	23
2.9 CONCLUSIONS	23
3 REAL ESTATE MARKET ANALYSES	24
3.1 FACTORS AFFECTING THE REAL ESTATE MARKET	24
3.2 BATUMI REAL ESTATE	25
3.3 CONCLUSION	34
4 HOTEL MARKET ANALYSES	35
4.1 HOTEL SUPPLY	35
4.2 COMPETITIVE SET/ HOTELS OF RELEVANCE	36
4.3 PIPELINE OF RELEVANT HOTEL DEVELOPMENT PROJECTS	39
4.4 COMPETITIVE SET PERFORMANCE/MARKET DEMAND	39
4.5 CONCLUSIONS AND KEY RECOMMENDATIONS	41
5 SITE ANALYSES	42
6 PROJECT CONCEPT	47
7 CONCLUSION	55
ANNEX 1: EXAMPLE RESIDENTIAL PRICING	56

Tercüme edilmek üzere bana verilen
 .ING..... dilindeki asıl (fotokopi/fake)
 belgeyi.....TR..... diline tam ve doğru
 olarak çevirdiğimi beyan ederim.
 MAHMUT DOKGÖZ



31 Aralık 2015

I INTRODUCTION

I.1 BACKGROUND TO THE STUDY

The No.1 Mtsvane Street, Batumi site is proposed as an integrated development that will be built on the land of approximately 4 hectares. The proposed project development aims to include:

- An Upscale hotel and residential complex / apart hotel comprising of main building guestrooms and serviced residential living, retail, casinos and health spa:

As part of the process of realising the No.1 Mtsvane Street Batumi project, the Cushman & Wakefield Georgia team were requested to undertake a feasibility study for the proposed project. The study will focus on the following core markets:

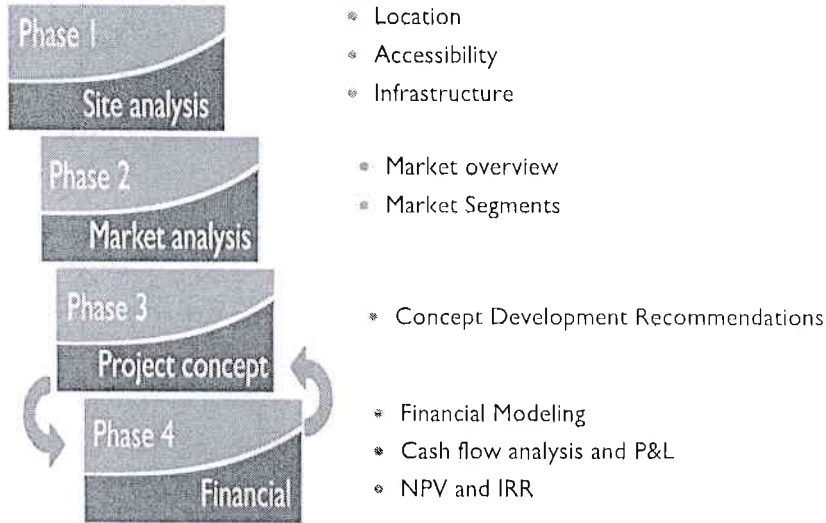
- Residential market Batumi;
- Hotel market in Batumi

The above will be considered in the context of the overall development.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
ING..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi.....TR.....diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHİR MUT DOKGÖZ

1.2 METHODOLOGY

- We have adopted a four-phased approach towards this project as outlined in the diagram below.



Our approach was consultative and during the preparation of this report we relied on both primary and secondary information. The primary sources of information involved interviews with key real estate, residential development companies, hotel groups and personnel in Georgia. The secondary research covered data from the following sources:

- National Statistics Office of Georgia
- Georgia's National Tourism Administration
- STR Global
- National Agency of Public Registry of Georgia

1.3 STUDY OBJECTIVES

The objectives in performing this assignment may be summarized as follows:

- Site analysis: to provide a description of the site on which the development is planned (i.e. site location, accessibility, description of surroundings, etc.);
- Market analysis: assessing the existing and future supply of and demand for an integrated hospitality and residential project in Batumi, and the specific components of the proposed project. We will also describe the characteristics of this demand and the factors impacting on demand levels (e.g. location, pricing, marketing, and management);
- Project conceptualization refinement: making recommendations regarding the development concept, phasing, suggesting optimal size (e.g. number of keys and ratio/standards of residential units) and features of the main components of the project;
- Positioning: providing suggestions on the recommended target markets and business mix of the various components;

- Financial projections: to prepare projections of operational and financial performance and thereby to comment on the profit potential of the project; and
- Project feasibility analysis: performing the financial calculations necessary to obtain an indication of the financial viability of the proposed project.

1.4 STRUCTURE OF THE REPORT

Our report comprises of 8 main sections:

This *first chapter* reiterates the objectives of the study and lists the sources of data and information used during the analysis.

The *second chapter* contains an overview of Georgia and Batumi, its geographical location, economic indicators, and demographic information from the past few years.

The *third chapter* contains an overview of the residential market in Georgia with a specific focus on the Batumi region. We discuss supply and demand characteristics of large-scale developments, and present specific case studies of relevant projects.

Chapter four provides an overview of the hotel market in the Batumi region.

The *fifth chapter* presents the analysis of the site for the proposed development.

Chapter six presents the proposed project concept, describing the main project components, i.e. hotel, residential, gambling (two casinos) and F&B facilities.

The seventh chapter presents the financial feasibility analysis.

The eighth chapter presents the conclusions.

2 AN OVERVIEW OF GEORGIA & BATUMI

2.1 LOCATION

Georgia lies at the crossroads of Western Asia and Eastern Europe in the Caucasus region, covering 69,700 sq.km. The country borders the Black Sea from the west, Russian Federation from the north, Azerbaijan from the southeast, and Armenia and Turkey from the south. The landscape within the nation's boundaries is quite varied. Western Georgia's landscape ranges from lowland marsh-forests, swamps, and temperate rainforests to eternal snows and glaciers, while the eastern part of the country even contains a small segment of semi-arid plains. Forests cover around 40% of Georgia's territory while the alpine/subalpine zone accounts for roughly around 10% of the land. Situated along the route of the historical Silk Road, Georgia is a bridge connecting several important economic regions with a total population of more than 1 billion people. On the 27th of June 2014 the EU and Georgia signed an unprecedented Association Agreement, which includes a Deep and Comprehensive Free Trade Area (AA/DCFTA). The Agreement significantly deepens political and economic ties with the EU under the Eastern Partnership. The Deep and Comprehensive Free Trade Area is expected to bring many economic benefits to Georgia by giving firms access to the EU's single market – the world's largest. This will create business opportunities, bring better goods and services, and boost competitiveness. The EU will work with the Georgian Government and businesses to achieve reform, and help upgrade goods and industries to the necessary standards. Georgia is a unitary, semi-presidential republic, with the government election through a representative democracy. It is a key link in the shortest transit route for the flow of global energy, information and trade. The map below illustrates Georgia's geographical context.



Map 1: Georgia's geographical context

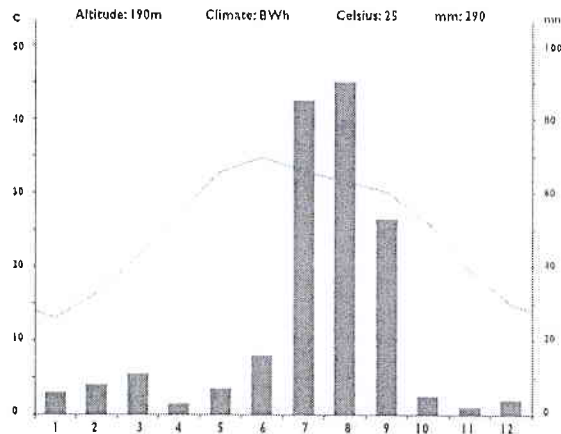
Georgia is divided into two autonomous republics, nine regions and the capital city of Tbilisi. The proposed development is located in the Adjara region. This region is located in the southwestern part of Georgia and is bordered with Turkey to the south. Batumi is the capital of the Adjara region, one of the primary centers and gateways to the Black Sea region. Kutaisi airport is located within a one hour drive and is the second largest city of the country.

2.2 CLIMATE

Georgia has a temperate climate with an estimated 1350-2520 sunny hours per year. There are four distinct seasons. Winters are generally cold, often with snowfall and an average temperature of 0 degrees Celsius. Summers are hot and dry with an average temperature of 27 degrees Celsius. Spring and autumn are mild and generally sunny.

Adjara region, however, has a desert climate. Throughout the year, there is virtually no rainfall in Adjara. The Köppen-Geiger climate classification is BWh. The average annual temperature in Adjara is 25 °C. The average annual rainfall is 290 mm. The driest month is November with 2 mm. Most precipitation falls in August, with an average of 90 mm. The warmest month of the year is June with an average temperature of 34.8 °C. In January the average temperature is 13 °C, and this is the lowest average temperature of the whole year.

As shown on the chart, the climate in Adjara region is conducive to creating a summer beach resort. Additional entertainment (F&B, gambling, conference and spa facilities), that are generally not influenced by weather conditions, will be developed in order to drive sales income during the winter months.



2.3 DEMOGRAPHIC STUDY

The last census conducted in 2014 by the National Statistics Office puts the current population of Georgia at almost 4.5 million people; 46.1% of the population live in the urban area.

YEARS	TOTAL POPULATION, '000 PEOPLE	URBAN, %	RURAL, %
2007	4,394.70	52.5	47.5
2008	4,382.10	52.6	47.4
2009	4,385.40	52.7	47.3

2010	4,436.20	53	47
2011	4,469.20	53.1	46.9
2012	4,497.60	53.2	46.8
2013	4 483.8	53.7	46.3
2014	4 490.5	46.1	53.9

Table 1: Georgia Population 2007-2014

Source: National Statistics Office of Georgia

Georgia has a reputation for tolerance of minority religious and ethnic groups and is therefore considered the most well established plural society in the region. Ethnic Georgians make up about 83.8% of Georgia, however, Georgia is a multinational country of ethnic minorities including Azeri 6.5%, Armenians 5.7%, Russians 1.5%, Ossetians 0.9%, Iezids 0.4%, Greeks 0.3%, Kists 0.2%, Ukrainians 0.2%, Abkhazians 0.1%.

Almost 54% of the population in Georgia is located in urban areas. Urban migration is a growing trend in Georgia as people gradually leave the rural areas in order to seek greater opportunities in larger urban centres. Tbilisi is the most densely populated city with a total of nearly 1.2 million residents.

No official Statistics exist on the Georgian Diaspora, however, a great number of these individuals are earning higher incomes than their home country and they represent potential target markets both for the hospitality and residential developments in Georgia. During the first quarter of 2014, \$323.6 mln was transferred to Georgia from abroad as remittances, representing a 4.2% increase compared to the first quarter of 2013. Money transfers decreased from CIS countries, mainly due to the decrease of transfers from Russia by 5.1% in year-on-year terms. Transfers from Ukraine were also down by 6.2%. Taking into account the crisis in Ukraine, the risk of foreign direct investment retreating and reduced money transfers from both Ukraine and Russia is significant. Money transfers from EU countries increased by 14% year-on-year, which were driven by increased transfers from Greece (17.9%) and Italy (12.1%).

2.4 SOCIAL AND CULTURAL OVERVIEW

Before the collapse of the USSR, Georgia was considered as the cultural and social center of 15 countries in the former Republic. Georgia was popular primarily with its self-determining and specific genre of folk songs and national ballet, which is still stated to be unique and different from all bordering countries and socio-geographical region.

After the official independence of the Georgian republic in 1991, a civil war began, which continued until 1993 and during this period constrained cultural and social development. From 1993 the government was changed via democratic elections. From 2003, the process of cultural growth accelerated with support from international donor organizations and inter-governmental funds. Many cultural centers were restored and societal cultural growth increased.

The quality of education in Georgia has progressed over recent years with robust monitoring by the government and with stronger economic growth, the quality of private universities relative to educational centers has risen. From 2003 efforts to establish English to become the second language were initiated, whilst Russian is still predominantly used.

The most popular sports in Georgia are: wrestling, rugby, basketball and football. Georgia has hosted European championships in wrestling and challenge cups for rugby tournaments. In 2015 the junior Olympic Games will be held in Georgia, with the construction of the infrastructure due to be completed in Q2 2015 with a project cost estimate of around \$75M USD.

2.5 ECONOMIC STATUS

Despite the severe damage the economy of Georgia suffered due to civil strife in the 1990s, Georgia, with the help of the IMF and World Bank, has made substantial economic gains since 2000, achieving robust GDP growth and curtailing inflation. GDP growth, spurred by gains in the industrial and service sectors, remained in the 9–12% range throughout 2005–2007.

International money transfers from Georgian migrant workers, working mostly in Russia, accounted for approximately 7% of Georgian GDP in 2007. In 2010, money transfers surpassed the FDI as a source of hard currency influx into the economy.

Georgia's economy has traditionally revolved around Black Sea tourism, cultivation of citrus fruits, tea and grapes; mining of manganese and copper; and output of a big industrial sector producing wine, metals, machinery, chemicals and textiles. Like many post-Soviet countries, Georgia went through a period of sharp economic decline during the 1990s, with high inflation and large budget deficits, due largely to persistent tax evasion.

Since 2003, the new Government of Georgia implemented broad and comprehensive reforms that touched every aspect of the country's life. Economic reforms were addressed with regard to liberalization of the economy and provision of sustainable economic growth, based mainly on the private sector reform and development. Establishment of an attractive business environment led to significant inflows of Foreign Direct Investment into the country, facilitating higher economic growth rates.

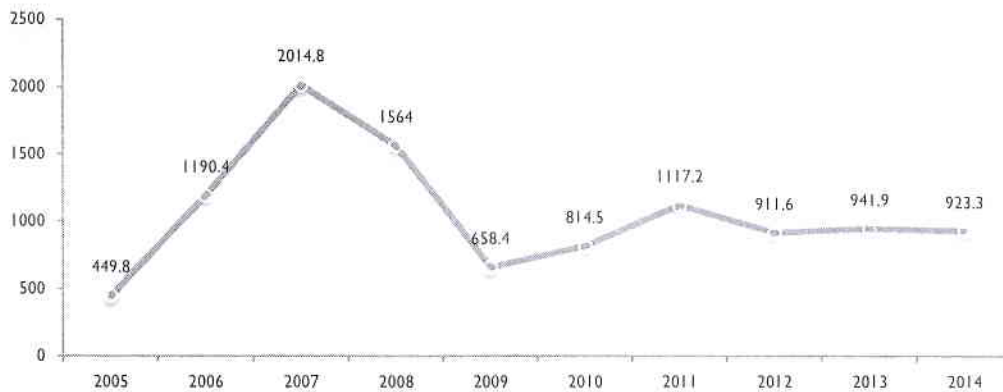


Chart 1: Foreign Direct Investment in Georgia

Source: National Statistics Office of Georgia

Based on the economic reforms, the Georgian economy has been diversified and shows an upward growth trend with an average 10% annual GDP real growth in 2004-2007, reaching the highest recorded level of 12.3% in 2007. Overall, during 2004-2007 the economy of Georgia expanded by 35% and in 2008 the Georgia economy grew by 2.3%. After a slight slowdown of

the economy in 2009 (-3.8%), recovery shortly resumed with 6.3% GDP real growth in 2010, 7.2% in 2011, 6.1% in 2012 and 3.2% GDP real growth in 2013.

In 2011 the annual inflation rate in Georgia equaled 8.5%, showing a 1.4% increase compared to 2007. Growth of the inflation rate was mainly the result of increasing global food prices affecting the domestic variability of food prices, as far as the share of food is relatively high in consumer basket of Georgia. In 2012 consumer price index amounted to 99.1%, the figure rose to 99.5% in 2013.

Consumer Price Index in Georgia, 2006-2013

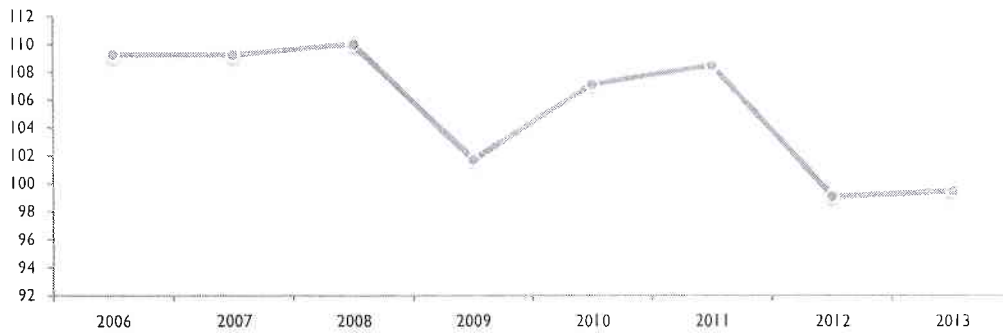


Chart 2: Consumer Price Index, Georgia

Source: National Statistics Office of Georgia

Georgia's main economic activities include the cultivation of agricultural products such as grapes, citrus fruits, and hazelnuts; mining of manganese and copper; and output of a small industrial sector producing alcoholic and non-alcoholic beverages, metals, machinery, aircraft and chemicals. The country imports nearly all its needed supplies of natural gas and oil products. It has sizeable hydropower capacity, a growing component of its energy supplies.

GDP growth slowed following the August 2008 conflict with Russia, and turned negative in 2009 as foreign direct investment and workers' remittances declined in the wake of the global financial crisis. The economy rebounded in 2010-11, with growth rates above 5% per year.

The table below provides a summary of key economic indicators of Georgia:

INDICATOR	
GDP - real growth rate (first 3 Quarters of 2014)	6.1%
GDP - per capita, at current price (2014*)	\$2,670
Unemployment rate (2013)	14.6%
CPI (2013)	99.5
Central bank refinance rate (February 2014)	4.0%
Commercial bank prime lending rate:	11-18%
Agriculture - products:	Citrus, grapes, tea, hazelnuts, vegetables; livestock
Industries:	Steel, aircraft, machine tools, electrical appliances, mining (manganese and copper), chemicals, wood products, wine
Industrial production growth rate (2013)	2%
Exports (2014)	\$ 2861Mln.

Exports - commodities:	Motor cars 22%, Ferro-alloys 10%, Fertilizers 7%, wine 7%, Copper ores 7%, Other products 47%
Exports – partners (Q1 2014)	Azerbaijan 21%, Armenia 11%, Russia 10%, US 9.5%, Turkey 7%, Ukraine 8%, Other countries 43%
Imports (2014)	\$ 8596 Mln.
Imports – partners (Q1 2014)	Turkey 17%, Azerbaijan 10%, China 9%, Russia 7%, Ukraine 6%, Other countries 51%
Exchange rates: GEL per US dollar -	1.8978 (2014 est.)

Table 2: Georgia Macroeconomic Indicators

Source: National Statistics Office of Georgia

In the latest 'Ease of Doing Business Rankings' prepared by the IMF and World Bank, Georgia has obtained better rankings in a number of categories, including 'Getting Electricity', 'Getting Credit', 'Paying Taxes', 'Trading across borders', 'Enforcing Contracts'. However, at the same time the country was slightly downgraded in 'Protection of Investors', and 'Resolving Insolvency'.

TOPIC RANKINGS	DB 2014 RANK	DB 2012/3 RANK	CHANGE IN RANK
Starting Business	8	7	↓ -1
Dealing with Construction Permits	2	2	No Change
Getting electricity	54	54	No Change
Registering Property	1	1	No change
Getting Credit	3	3	No Change
Protection Investors	16	16	No Change
Paying Taxes	29	32	↑ 3
Trading Across Borders	43	45	↑ 2
Enforcing Contracts	33	33	No Change
Resolving Insolvency	88	92	↑ 4

Table 3: Doing Business Rankings

Source: Doing Business 2014

Tercüme edilmek üzere bana verilen
 J.A.G. dilindeki asıl (fotokopi/faks)
 belgeyi diline tam ve doğru
 olarak çevirdiğimi beyan ederim.
 MAHİMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

2.6 ACCESSIBILITY AND TRANSPORT INFRASTRUCTURE

2.6.1 ROAD INFRASTRUCTURE

There are three types of auto routes in Georgia: International routes, State routes and Local routes. International roads as shown on the Map below and are around 1565 km in total with 13 border checkpoints to Russia, Armenia, Azerbaijan and Turkey.



Map 2: Georgia Road Infrastructure

Source: Ministry of Regional Development and Infrastructure

According to the action plan published by the Ministry of Regional Development and Infrastructure of Georgia, massive scale construction is planned on a high-speed highway in 2014. Construction works shall be implemented on 140 kilometres (7 parallel sections):

- * Ruisi-Agara Section
 - Length of the road to be constructed – 19.5 km
 - Concrete cover of 3.5 km was laid in 2013; 16 km will be laid in 2014/2015
 - 4 bridges, 2 bridge-overpasses, 5 road conduits will be constructed
 - Project budget – GEL 70,8 mln.
- * Agara-Zemo Osiauri Section
 - Length of the road to be constructed – 12 km
 - Commencement/finishing of construction works – 2014-2016.
 - Tender Procedures are underway
- * Zestafoni-Kutaisi Section
 - Length of the road to be constructed – 15.2 km
 - Construction works started in 2013 and will be finalized by the summer, 2015
 - Project budget – GEL 118,5 mln

- Kutaisi bypass road
 - Length of the road to be constructed – 17.3 km
 - 6.2 concrete cover was laid in 2013; Finishing of works is planned for 2014/2015
 - 5 bridges, 1 bridge-overpass, 4 road conduits will be arranged
 - Project budget – GEL 127 mln
- Samtredia Section of Kutaisi bypass road
 - Length of the road to be constructed – 25.6 km
 - 6.2 km concrete cover was laid in 2013 and the works finished in 2014
 - 3 bridges, 5 road conduits will be arranged as part of the project
 - Budget – GEL 115 mln
- Samtredia-Grigoleti Section
 - 30 km road
 - Construction has commenced at the beginning of 2014
 - Tender procedures have been finished. Designing of the next section is underway
- Kobuleti bypass road
 - Length of the road to be constructed – 18.9 km
 - Works started in 2013 and are due to be finished by 2016
 - 16 bridges and 2 tunnels will be arranged
 - Project budget – GEL 209,8 ml

Upon completion of the above sections the highway will provide improved access for domestic tourists to the proposed site, as well as for the foreign visitors driving from Armenia, Azerbaijan and other eastern countries. This will significantly improve the accessibility of the project to target markets and reduce overall travelling time.

2.6.2 AIR ACCESSIBILITY

Air accessibility has increased in recent years with the growth of Georgia as a tourism destination. Currently Georgia has three international airports, located in Tbilisi, Batumi and Kutaisi.

We have analysed Tbilisi airport, as the gateway to Georgia and Kutaisi and Batumi as the gateway to the Black Sea coast and closest airport to the proposed development.

TBILISI INTERNATIONAL AIRPORT

Reconstructed in 2007, the Tbilisi airport serves as the main air access point in the country, which accounts for nearly 87% of passenger traffic. It has served 2,008,171 passengers during 2014, showing a 9.5% increase compared to the figures of 2013.

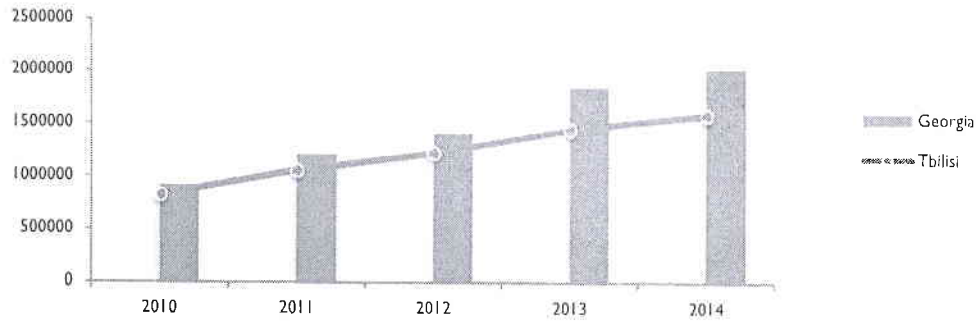


Chart 3: Number of Air Passengers, Tbilisi vs Georgia

Source: Air Navigation Agency of Georgia

The reconstruction included the construction of a new international terminal, car park, improvements to the taxiway and runway and the acquisition of ground handling equipment.

A rail link from the airport to the city center has been constructed. Kakheti Highway leads from the airport to downtown Tbilisi. The airport has a contemporary and functional design, with a 25,000 Sqm total usable area. There is scope for future expansions without interrupting terminal operations. The capacity of the new terminal building is 2.8 million passengers per year.

Tbilisi Airport is serviced by local and international carriers as well as low-cost airlines such as Pegasus Airlines and Atlasjet.

BATUMI INTERNATIONAL AIRPORT

Batumi airport, reconstructed in 2007, is located 2 km south of Batumi and just 20 km northeast of Hopa, Turkey and serves as a domestic and international airport both for Georgia and northeastern Turkey. It is the first airport in the region in terms of being used as a shared facility between two countries. With a total area of 4,256 square meters, the airport is capable of handling 600,000 passengers a year. Future expansion in order to accommodate anticipated growth in passenger traffic is also possible, without interrupting terminal operations.

In 2014, the Batumi International Airport, located approximately a 10-minute drive, from the proposed development, handled 213,439 passengers (2.15% growth on 2013). The number of arrivals at the airport increased strongly during the past years mainly due to the booming tourism sector in the area and new scheduled flights.

Demand for Batumi airport is seasonal as indicated in the graph below. International traffic is concentrated during the summer periods with most of the flight services only operating between May and October.

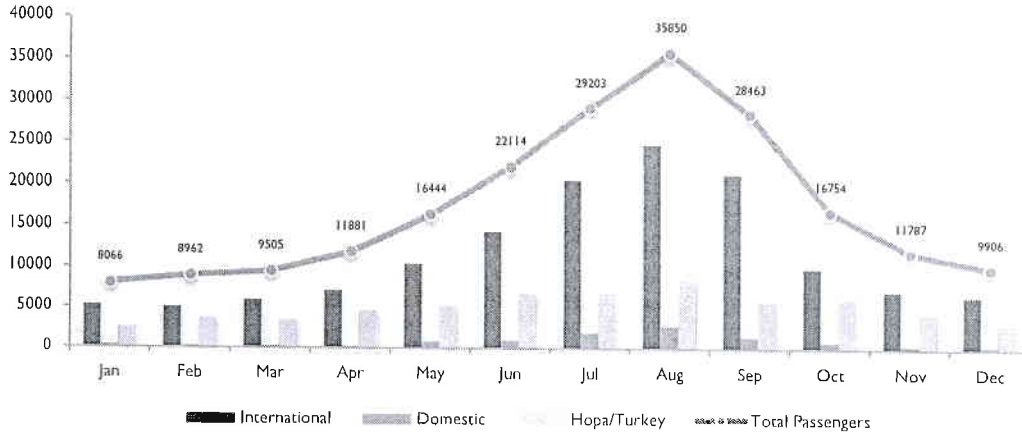


Chart 4: Number of Air Passengers, Batumi

Source: Batumi International Airport

The seasonality of demand for Batumi Airport is likely to impact on demand for the proposed development in the low season periods. Interviews with management of Batumi Airport did indicate however that measures are being taken to try and increase low season air capacity. Management announced a seasonal pricing structure for aircraft landing at the airport in order to make low season flights to Batumi more economical for airlines.

Where currently direct air access is not possible during the winter periods, potential visitors will have two alternative options:

- Fly to Kutaisi David the Builder Airport – an hour drive from the Site
- Fly to Tbilisi – 35 minutes

KUTAISI INTERNATIONAL AIRPORT

Kutaisi Airport, also known as David the Builder Kutaisi International Airport is located 14 km west of Kutaisi, the second largest city in Georgia and capital of the western region of Imereti. The runway has a length of 2,600 meters and fully complies with modern standards. The airport is operated by United Airports of Georgia, a state-owned company.

The airport was closed for renovation in November 2011. Its reopening ceremony was held on 27 September 2012. The airport is currently connected to scheduled public transportation to Kutaisi, Tbilisi and Batumi after each arrival.

The priority of Kutaisi airport is to attract low tariff airlines and to create a special environment between airlines and airports. For preparation works for the commissioning of the airport and training of staff, the French company Vinci Airports was contracted. For July 2013, the operator reported 84,563 passengers. In 2014 Kutaisi Airport handled 218,003 passengers (16% growth on 2013). The below table shows the list of airlines and destinations currently serviced by Kutaisi Airport.

AIRLINES AND DESTINATIONS

Atlasjet	Istanbul -- Ataturk
Belavia	Minsk -- National
Georgian Airways	Moscow -- Vnukovo, Tbilisi
Iraqi Airways	Baghdad
S7 Airlines	Seasonal: Moscow -- Domodedovo
Wizz Air	Budapest (as of October 1 st , 2014) Katowice, Warsaw -- Chopin, Vilnius
Wizz Air Ukraine	Kiev - Zhuliany

Table 4: Airlines and Destinations from Kutaisi Airport

A significant growth (1353.3%) in the number of passengers has been noted soon after the reopening of the airport in 2012, mainly due to Wizz Air operations linking Kutaisi with Polish and Ukrainian airports.

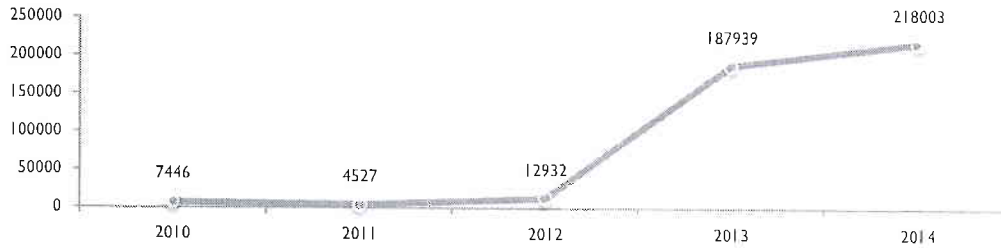


Chart 5: Number of Air Passengers, Kutaisi

Source: Air Navigation agency of Georgia

2.6.3 RAILWAY NETWORK

Georgia is a part of Europe-Caucasus-Asia transit corridor (TRACECA) and represents an alternative route for strategic cargo movement from the Caspian Sea to Europe and vice versa. Built to 1,520 mm (4 ft 11 27/32 in) standard Russian gauge, at present the fully electrified mainline of the Georgian Railway is 1323.9 km in length, consisting of 1422 bridges, 32 tunnels, 22 passenger and 114 goods stations.

The railway links with adjacent countries:

- Azerbaijan (open) – Tbilisi-Baku line
- Armenia (open) – Tbilisi-Gyumri-Yerevan line
- Turkey – Baku-Tbilisi-Kars (under construction) – Azerbaijan, Georgia, Turkey
- Russia (closed) – via the autonomous Republic of Abkhazia

One of the most significant routes listed is the Baku-Tbilisi-Kars project, a regional rail link project to directly connect Turkey, Georgia and Azerbaijan. The project was originally to be completed by 2010, but was delayed. According to the Transportation Ministry of Azerbaijan, the railway construction will be finalized by the end of 2015. The key objective of the project is to improve economic relations between the three countries and gaining foreign direct investment by connecting Europe and Asia. The total length of the route will be 826 kilometers (513 mi) and it will be able to transport 1 million passengers and 6.5 million tons of freight at

the first stage. This capacity will then reach 3 million passengers and over 15 million tons of freight.

As for the Domestic Routes, one of the busiest and most popular rails is Tbilisi-Makhinjauri railroad that is served mostly by modernized coaches.

NUMBER OF PASSENGERS TRANSPORTED SINCE 2008

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Domestic Routes	700,846	648,417	693,916	641,400	625,400	NA
International Routes	10,217	21,026	40,208	-	-	NA
Total	711,063	669,443	734,124	641,400	625,400	909,000

Table 5: Number of Railway Passengers, Georgia

Source: National Statistics Office of Georgia

As per the Georgian National Tourism administration, the number of arrivals of foreign travellers at national borders by means of Railway has been increasing through the years, but dropped in 2013, mostly due to the bad summer season in the black sea resorts (weather conditions). H1 2014, however, rebounded and increased by 10% when compared to the same period of the previous year. The chart below highlights the dynamics;

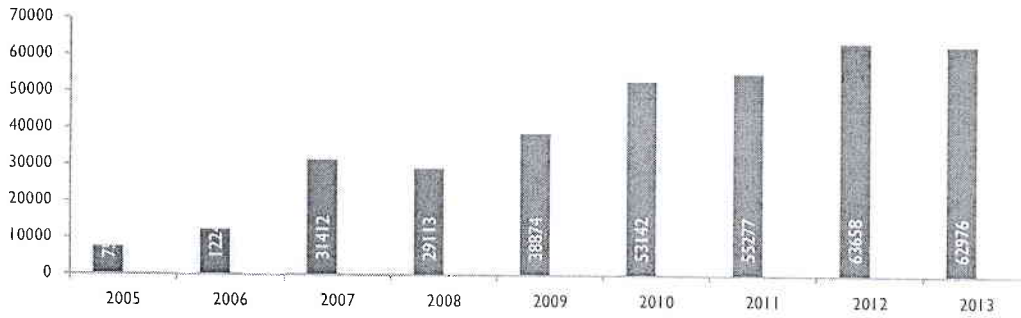


Chart 6: Number of Railway Passengers, Georgia

Source: Georgian National Tourism Administration

2.6.4 PORTS

Georgia has two major ports on the Black Sea in Poti and Batumi, with Poti a 30 minute drive from Batumi.

BATUMI SEA PORT

Batumi Sea port is distinguished with its geostrategic and natural advantages. Being located in a deep water bay the port is able to accept high tonnage vessels and no channel has to be passed in order to enter the port.

Batumi Sea Port is connected to the countries of Caucasus and Central Asia, as well as Ukraine and Turkey via roads and railroad network. The terminals serve as a transport link in the eastern part of the Black Sea basin, enabling to reload 94% of freight passing through TRACECA route and to carry dry cargo through the mentioned corridor from the countries located to the south. The port has 5 terminals: oil and dry cargo terminals, container and railway ferry terminals and a passenger terminal.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
ING..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi.....TR.....diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

NUMBER OF TOURISTS TRANSPORTED BY CRUISE SHIPS IN BATUMI, 2008-2014 YEARS

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Cruise Ships	3	10	6	8	10	16	33
Passengers	1,942	5,560	3,155	2,920	3,632	5,162	14,793

Table 6: Number Of Tourists, Cruise Ships in Ajara

Source: National Statistics Office of Georgia

POTI SEA PORT

Strategically-located, Poti Sea Port is the largest port in Georgia handling liquid and dry bulk, ferries as well as containers. It has 15 berths, with total berth length of 2900 meters and more than 20 quay cranes.

The port currently serves as the European gateway for international trade in Georgia, Armenia and Azerbaijan, and is ideally located serving as a hub for Central Asia trade.

Poti Sea Port has experienced high growth over the last decade and the fundamentals for continued solid growth remain. However for the moment the port does not offer passenger transfer services.

Another advantage of this port is the Free Industrial Zone located next to the port. The laws are in force creating easy conditions for the companies for easy start-up and operation of their businesses. The government is also open to suggestions from investors to amend the laws for the benefit of all stakeholders. Tax advantages include:

- * 0% tax on import-export (4% fee on invoice applies on sales to Georgia from FIZ and vice versa)
- * 0% on VAT
- * 0% tax on profit
- * 0% tax on property
- * 0% tax on dividend

2.6.5 CONCLUSIONS

Batumi is currently viewed as a seasonal location with facilities closing over the winter months and infrequent flights in the winter months from Tbilisi to Batumi (on average only twice per week). However, the regional administration and Georgian Government ministries are proposing additional national and international advertising campaigns to promote Batumi and increased spending on road infrastructure to enhance accessibility to Batumi from Tbilisi.

There are however, a number of new hospitality and leisure products entering the market which are investing in year round products that can attract year round demand. Such products include:

- Spa, Health & Wellness
- * Conference, Event and Banqueting Hall
- * Sport and training facilities
- * Gambling

With the increasing investment and project developments in Batumi hospitality and leisure sectors, products that offer year round entertainment options should increase demand for the

region as a winter destination and encourage greater air capacity over the winter periods. Furthermore, as new hotel developments open the managements will in turn push supply chains and logistics to improve access and traveller capacity.

2.7 INTERNATIONAL TOURISM IN GEORGIA

2.7.1 INTERNATIONAL ARRIVALS

The development of Georgian tourism over the last decade has been dynamic. It is no longer a destination for domestic visitors, vacationing on the seaside, but an increasingly competitive destination for the CIS and Middle Eastern tourists. The number of international arrivals to Georgia continued to grow in 2013, up 22% y/y to 5.4 mln. According to the data published by the Ministry of Internal Affairs, the number of international arrivals to Georgia in 2014 amounted to 5,493,492 international arrivals with a 2.9% growth rate compared to 2013.

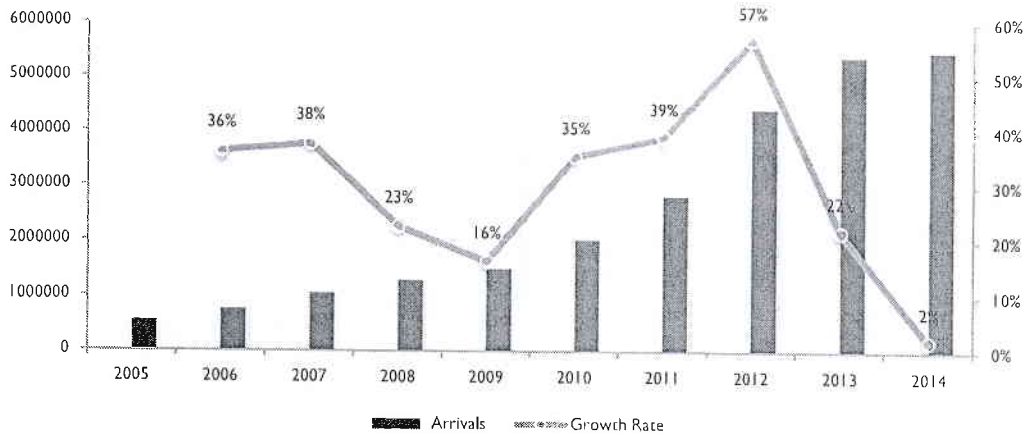


Chart 7: International Arrivals to Georgia

Source: Ministry Of Internal Affairs

Annual international arrivals to Georgia posted strong growth at 22% y/y in 2013, even though growth slowed against recent record rates. This slower growth is more sustainable, in our view, compared to the 57%, 39%, and 35% annual rises in the last three years. Armenia and Russia made the largest contributions to growth in 2013, and Turkey, Armenia, and Azerbaijan continue to hold the largest shares at 30%, 24%, and 20%, respectively. Turkey disappointed last year, partly as a result of the weaker Lira and political uncertainty. In 2014, a rebound in visitors from Turkey occurred and overall, Turkey growth came in at 30% in 2013 vs 39% in both 2012 and 2011. On the other hand the introduction of direct flights to Iraq boosted the number of arrivals from this country. In 2013 their number stood at 41,239, a 49% increase over the last year. The table below indicates key source markets for Georgia between 2011 and 2013.

DEVELOPMENT OF ARRIVALS FROM MAIN SENDER MARKETS (2013-2014)

Country of Origin	2013	2014	Growth	Growth rate
Turkey	1,597,438	1,435,822	-161,616	-10%

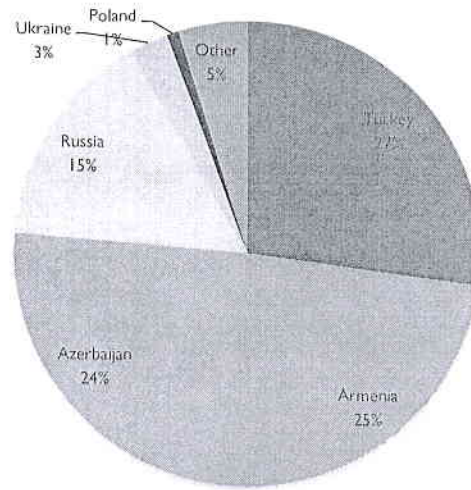
Armenia	1,291,838	1,321,500	29,662	2%
Azerbaijan	1,075,857	1,282,222	206,365	19%
Russia	767,396	810,233	42,837	6%
Ukraine	126,797	143,157	16,360	13%
Poland	36,946	46,024	9,078	25%
Israel	39,922	42,135	2,213	6%
Iran	85,598	41,747	-43,851	-51%
Germany	30,815	33,315	2,500	8%
Kazakhstan	21,148	28,324	7,176	34%
USA	26,713	28,101	1,388	5%
Iraq	41,239	21,757	-19,482	-47%
Greece	22,024	21,408	-616	-3%
Belarus	12,915	19,100	6,185	48%
United Kingdom	16,672	18,492	1,820	11%

Table 7: Development Of Arrivals

Source: Ministry of Internal Affairs

A significant increasing trend is observed in the number of travellers from the Russian Federation. This has been caused by the visa liberation process and the reintroduction of direct flights. In 2014 the year on year increase in the number of arrivals from Russia was 6%.

There has been a significant increase in the number of arrivals from Poland (25%) and Ukraine (13%), caused by the introduction of direct flights to Poland (Wizz Air), and the addition of flights in the direction of Ukraine and from Belarus 48%.



2.7.2 SEASONALITY OF DEMAND

The seasonality of demand is a primary issue for the tourism industry, particularly in the coastal areas. Government tourism bodies are actively trying to extend the tourist season by encouraging the development of a greater diversity of products.

The growth rate slowed on an annual basis, especially in the last 4 months of the year, dropping to 13% and 5% in November and December, respectively. Generally, tourism starts to rise in March, and the peak season from April to October accounts for 67% of all foreign arrivals. The statistics for the past 5 years demonstrate that the most popular season among international tourists is summer.

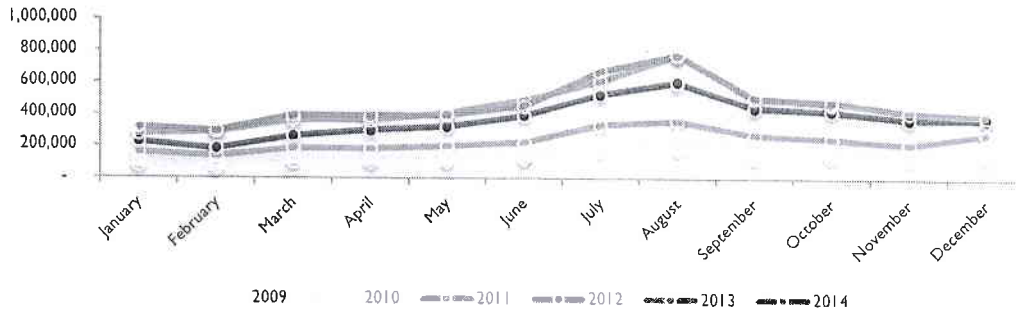


Chart 8: Seasonality of Demand

Source: Ministry Of Internal Affairs

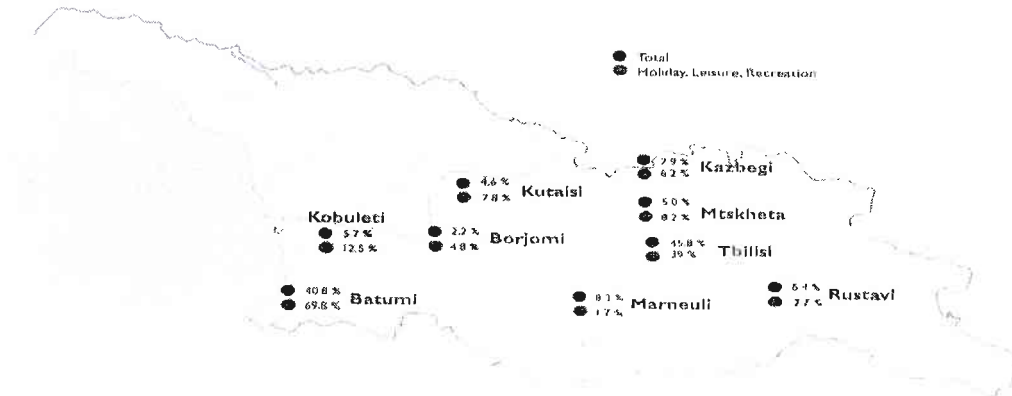
2.7.3 TRAVEL HABBITS AND DESTINATIONS PREFERRED BY INTERNATIONAL TOURISTS

According to the Georgian National Tourism Administration a total of 60.3% of visits included at least one overnight stay and 40.7% were day trips.

Out of a total of visits, 69% were repeat visits and 31% of trips were for the first time. Most of those visiting from neighbouring countries have travelled to Georgia before. The highest share of repeat visits is observed among residents of Azerbaijan (89%). In contrast, a larger share of European visitors came to Georgia for the first time.

The average duration of a trip is five nights and varies by country of residence. Visits from neighbouring countries tend to last for shorter periods, except for visits from Russia, which average eight nights.

International visits are mostly undertaken for holiday, leisure or recreation purposes (37%). Other frequently observed purposes include visiting friends or relatives (26%), transit (17%), shopping (8%) and business/professional trips (4%). Only 8% of visits were for other purposes.



Map 3: Most Visited Destinations

Source: GNTA,

The most frequently used form of accommodation is hotels (43%). Slightly more than a third of tourists (34%) reside at friends' or relatives' private apartments. Over 45.8% of international trips are to the capital city of Georgia, followed by 41% of trips to Batumi. Other destinations register a lower number of visits. Combining the tourist numbers of Guria and Adjara, located

along the Black Sea Coast, adds up to 46.5% of the total international travellers, indicating the predominance of beach tourism among foreign visitors to the country.

2.8 DOMESTIC TOURISM IN GEORGIA

Visitors' average overnight trip length was 3 nights and varied by place of residence. Visitors from Tbilisi tend to stay for longer periods (4 nights on average) while other visitors spent 2 nights on average away.

Domestic visitors most often travel for visiting friends or relatives (VFR) (45%), followed by 15% of trips for holiday, leisure and recreation. Only 3% travelled for business or professional purposes. Other frequently observed visiting purposes include shopping (12%), health and medical care (9%) and visits to second home (4%). The most common destination was Tbilisi, 25% of domestic trips were to the capital city of Georgia, followed by 8% of trips to Batumi and Kutaisi.

63% of domestic travellers stayed in a private home of their relative or friend. This is partially due to the influence of the VFR segment. Considerably large number (14%) of Georgians stayed in their own houses, while 8% stopped in their summerhouses.

2.9 CONCLUSIONS

The Georgian economy post 2008 crisis has recovered with stable economic growth indicators throughout the years 2010-2014, however, more recently during 2014-2015 Georgian exports have fallen dramatically. Georgia is a naturally beautiful country and is positioned as a hub within the region for tourism activities. With the Georgian currency (lari) continuing to depreciate against the Dollar, Pound, Euro and other regional currencies during the end of 2014 and into 2015, we see the possibility for Georgia to become more price competitive and attract more international tourists and more regional visitors. The Georgian Government understands the need to expand the advertising of Batumi as a regional conference venue and tourist resort and we view the development of tourism in the country positively. The majority of tourism demand in Batumi and generally throughout Georgia is concentrated over the summer season and it is a priority for any hotel or mixed use development to ensure that the summer season is extended and that facilities and events are offered to encourage greater winter demand. In particular, gambling, leisure and conferences have been identified as a priority by the Georgian Government in order to achieve this greater out of season demand, however, the question remains whether Batumi airport will see increased air capacity in winter months.

3 REAL ESTATE MARKET ANALYSES

3.1 FACTORS AFFECTING THE REAL ESTATE MARKET

Georgia is a country of homeowners. In 1992, the government transferred ownership of dwellings to residents by decree, which was carried out by municipalities charging citizens only a transfer tax. As a result, home ownership in Georgia is one of the highest in the world. The speed and scale of the privatization programme was such that many Georgians became homeowners without having the capacity to fulfil the obligations of ownership. The majority of residential stock that was constructed during the Soviet period is nearing obsolescence, whilst the more recently constructed apartments are modern and in good condition, but with mixture of quality and price ranges on the market.

Therefore, a significant share of future demand on the housing market will be replacement demand, as new constructions will gradually have to replace obsolete stock.

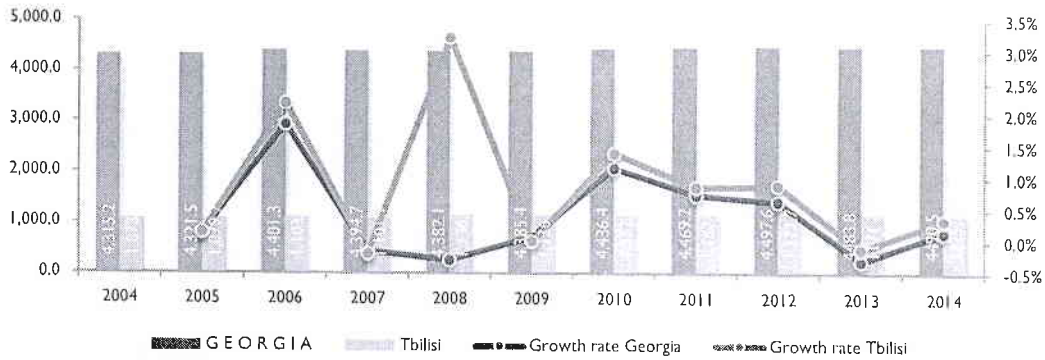


Chart 9: Population Growth

Source: National Statistics Office of Georgia

After two years of negative growth in 2007 and 2008, the population of Georgia has been increasing since 2009, albeit at a slow pace and with a slight drop observed in 2013. As of 2014, the total population now stands at almost exactly 4.5 million, the highest since 2004.

Average monthly income in Georgia has been steadily increasing, but remains low, and the country is still classified by the World Bank as a lower middle-income country.

Georgian real estate agents and operators are unanimous in expecting that the overall residential property market will follow a positive trend of development in 2015 and thereafter. However, the dramatic growth, which was characteristic of the pre-crisis period, is likely to slow, although the pace has been picking up in the last two years.

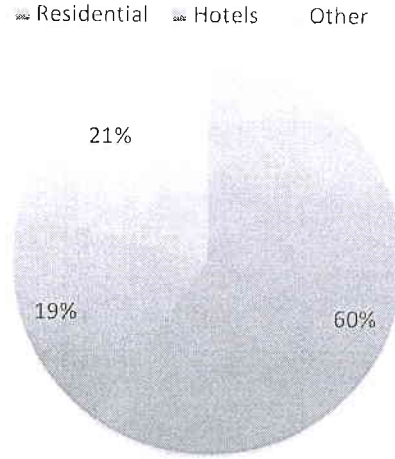
The positive growth trends are likely to be distributed unevenly throughout market sectors. Developments with strong differentiation, unique location, high quality and higher-end concept are however expected to experience price growth.

In order to assess market trends in mixed use developments in Batumi, Georgia, we have assessed the nearest comparable market which is the Batumi estate market.

3.2 BATUMI REAL ESTATE

3.2.1 CURRENT STOCK

The market volume of new construction apartments and houses increased rapidly during the last 5 years with the volume of residential units sold increasing by twofold. Mid-level apartment developments are the main product, which are usually delivered as shell and core. At the beginning of 2012 there were 641 buildings built in Ajara from which 1,008,244 sqm were multi-storeyed residential houses and 410 buildings in Batumi are currently under construction. The pie chart showcases the construction activities in the city according to the permits issued in Ajara (2006-2012):



Current Real Estate Stock

The residential market in Batumi is presented in 4 segments, which are:

- * Low class- 24%
- * Middle class-32%
- * High class-24%
- * Premium class-20%

The city is divided into 13 administrative units. Despite the fact that they are roughly equal in size, newly added territories of Batumi are distinguished by nonstandard dwelling houses. The chart below showcases the ratio of the residential stock in these districts:

TERRITORIAL UNIT/DISTRICT	FUNCTIONALITY	PERCENTAGE BY QUANTITY
Rustaveli	Residential	75%
Aghmashenebeli	Residential	95%
Javakhishvili	Residential	90%
Bagrationi	Residential	85%
Boni-Gorodok	Residential	80%
Tamari	Residential	95%
Industrial	Residential	60%
Gonio-Kvariati	Residential	90%
Khimshiashvili	Residential	90%
Old Batumi	Residential	95%
Airport	Residential	75%
Kakhaberi	Residential	80%
Green-Cape	Residential	80%

High-rise residential buildings are mostly located in the coastal area of the city. Low-rise nonstandard houses are prevalent in the eastern part of Batumi. The north-west area is the so-called historic Batumi territory where the houses were built at the end of the 19th and the beginning of the 20th century.

90% of the residential buildings of the city were built during the Soviet period (before the 1990s) and are of a uniform standard. Some of them (about 10-15%) are depreciated or their operational period is over. Newly built residential buildings belong to the multi-storeyed category.

The total number of residential buildings in Batumi according to the 2013 data is 831 from which dwelling space in total is 1,757,780 sqm, almost twice as much (42.6%) as compared to 2012.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
LAK dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi TR diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

Total construction area (square meters) according to the Permits Issued in Adjara (2009-2013):

	2009	2010	2011	2012	2013
Residential	265,389	232,408	456,216	654,839	594,618
Hotel	108,467	158,324	31,151	406,431	110,557
Other	56,534	145,602	123,071	377,792	176,028
Total	430,391	536,334	610,439	1,436,062	882,004

Table 8: Construction Area (2009-2013)
Source: Ministry of Economy and Finance

KEY PROJECTS





KEY PARAMETERS	RESIDENTIAL AT MELASHVILI	BARATASHVILI	VAZHA PSHAVELA	RUSTAVELI
				
Location	Melashvili Str.	Baratashvili Str.	Vazha-Pshavela Str.	Rustaveli Avenue
Distance from the sea	600 metres	500 metres	500 metres	400 metres
Price for sale	\$2,000 per Sqm	\$2,000 – \$2,500 per Sqm	From \$1,500 per Sqm	\$1,800 - \$2,000 per Sqm
To be confirmed	White frame	White frame	Black frame	White frame

Table 9: Selected residential properties in Batumi







Tercüme edilmek üzere bana verilen
J.N.G..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi.....T.R.....diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

Further residential buildings are expected to come to the market in 1-2 years time. In reality, it is likely that much of this supply will not be delivered by its scheduled date. Most of the upcoming residential supply is upscale and is located in the central part of Batumi near to the seaside promenade. Apart from the newly constructed apartment blocks, the city is also undergoing the regeneration and reconstruction process, so the current economy class housing is getting converted into the upscale living space.

The total volume of residential space under construction in Batumi amounts to 442,365 Sqm.

Table 10: Selected residential properties under construction in Batumi

MARDI TOWER	SEA TOWERS	ORBI RESIDENCE	PORTA BATUMI TOWER	KEMPINSKI PALM RESIDENCES	BELLÉ VUE BATUMI RESIDENCE
					
Vazha-Phsavela Str. 500 metres From \$1,500 per Sqm To be confirmed	Ninoshvili Str. 300 metres \$800- \$1,500 per Sqm White frame	Ninoshvili Str. 100 metres \$800 - \$1500 per Sqm White frame	Ninoshvili Str. 100 metres \$1300-\$2500 per Sqm Shell and Core	Ninoshvili Str. 100 metres \$3,500 per Sqm Shell and Core	Ninoshvili Str. 150 metres \$4,000 per Sqm Shell and Core

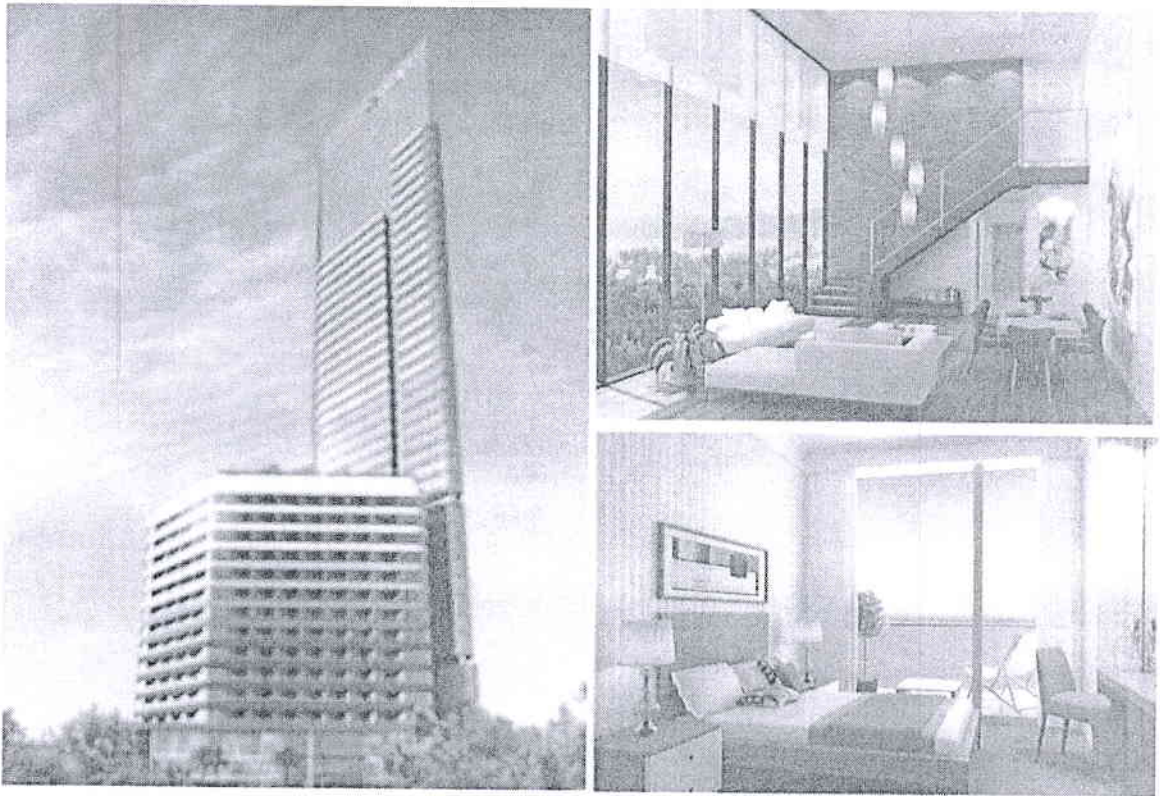
Tercüme edilmek üzere bana verilen
 ING..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
 belgeyi.....TK.....diline tam ve doğru
 olarak çevirdiğimi beyan ederim.
 MAHRİUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

BABILLON TOWER

Babillon Tower is located along the "first line" of the Batumi seaside, in the resort area of the city. The residence tower will enjoy spectacular views over the sea, mountains, harbour and city and boulevard, as well as each hotel room from a private balcony. This aspect is being capitalised upon in its marketing activities. Being an iconic architectural development (a 47-storey 170-meter high tower – the highest in the country), the concept of the Babillon development will benefit from visibility to most long distance traffic, most parts of the resort area as well as to the Seaside Boulevard.

Planned to be completed by the end of 2016, the largest mixed-use development of Batumi will feature a large range of community facilities and utilities, such as:



- An upscale 4 star hotel with 168 guest rooms
- Trade center
- 541 residential units
- Casino (3,301 Sqm)
- Swimming pool
- 24 hour security service
- Restaurants & bars
- Second home leasing service
- Fitness and Spa
- Laundry

The residential units (only apartments) vary from studios to duplex lofts and penthouses. The developer is targeting to achieve the premium sales prices. Currently, prices for apartments in Batumi

31 Aralık 2015

range between 800 to 1,500 USD per square metre, however the upscale projects like Babillon, Belle Vue Apartments (Hilton) and Palm Resort Apartments (Kempinski) rates range between 2,500 to 4,000 USD.

KEMPINSKI

GIMG Batumi Development are currently constructing the Grand Hotel Kempinski, offering a complex with multiple uses. The complex is located on Ninoshvili Street, next-door to Radisson Blu Hotel, in the "first line" of the Batumi seaside (the direct sea front location).

The project consists of 6 blocks; out of these the first block is already constructed, housing 36 apart hotel guestrooms. The second block will comprise 83 residential units. The business apartment sizes (50 units) vary between 50 and 120 Sqm, with the luxury apartments (33 units) ranging in size from 100 to 380 Sqm. Additional facilities include:

- Casino
- Spa Centre
- Restaurants and bars
- Swimming pool

The sales process actively started in 2014 and the prices start from USD 3,000 per Sqm. Again, this comparable is offering apartments only, and is not competing with the seaside villa style environment.



HILTON



A prestigious mixed-use hotel, residential and retail development, comprising a 19-storey 247-room hotel with a "Skybar". The project offers the year round activities such as Casino and Spa and wellness centre. The Belle Vue Batumi Residence (114 units), are currently achieving the highest prices on the market – 4,000 USD per Sqm for a shell & core delivery condition. All prices quoted exclude VAT.

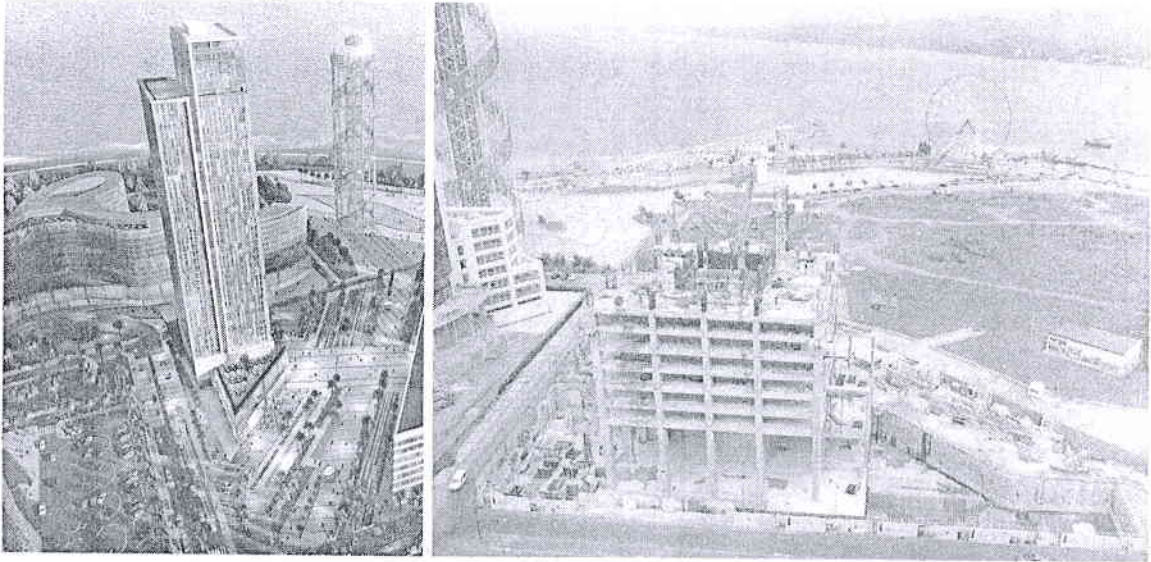
The size of the units range from 98 to 145 Sqm, combining several apartments is also an option.

At the time of writing this report approximately 40% of the total residential units have already been sold, and the rates achieved are higher than the current asking price. The buyers are mainly members of Georgian Diaspora in Russia.

A "podium" of high street retail accommodation sits below two towers providing a mix of retail and F&B facilities.

PORTA BATUMI, BATUMI

Located near the alphabet tower of Batumi, the 43-story Porta Batumi Tower features custom-designed residences for families with sea and mountain views. According to Burcin Karagoz, Sales and Marketing Manager, Porta Batumi Tower offers clients a 6,500 sq. meter two-story parking area, elegant, spacious, modern residences of studio, two and three bedroom flats as well as twelve penthouses.

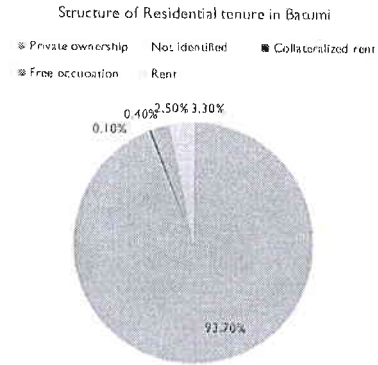
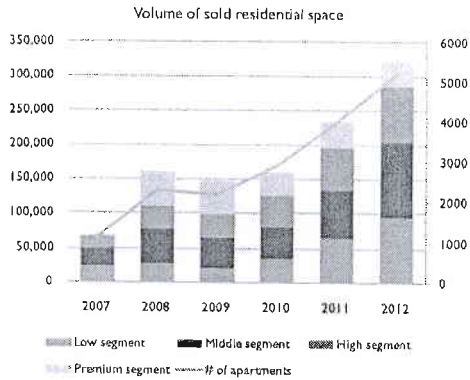


Porta Batumi Tower houses residences from 38.5 to 85 square meters, while penthouses cover 172-354 square meters and the prices vary according to area and views. For instance the starting price per square meter is \$1,300 and goes up to \$2,500, while the penthouse costs from \$2,150.

Construction works started in February 2014 and are due to be finalized by June 2016.

3.2.2 DEMAND

The residential market maintained its positive performance in recent years, backed by economic fundamentals and a return of confidence in the market, although the growth in prices might be easing due to high levels of future supply. The largest share of demand is focused on middle (57%), economy (46%) and upscale (33%) segment. With the pick-up of residential construction since 2008, sales have grown dramatically with around 5,000 units sold in 2012.



3.3 CONCLUSION

The residential property market along the Black Sea coast and particularly in the area of Batumi is considered to be over supplied with low-quality apartments. Newer developments however, such as the projects listed above, are generally achieving higher prices. However, caution remains on the pricing side and with greater supply of quality residential schemes, pricing will have to become more competitive to balance the supply and demand equilibrium. The table below summarizes the project asking prices for selected comparable schemes to the proposed development.

SUMMARY OF RATES (COMPETITIVE SCHEMES)			
RESORT AREA/DEVELOPMENT	ASKING/ACHIEVED PRICE	DELIVERY CONDITIONS	DELIVERY DATE
Hilton Batumi	\$4,000	Shell & Core	2015
Kempinski (Palm Apartments)	\$3,000	White Frame	2016
Babillon Tower	\$2,500	Turn-key	2016
Dreamland Chakvi	\$1,300	Turn-key	2019
Porta Batumi	\$1300-\$2500	Shell & Core	2016

Table 11: Set Of Competitive Developments

4 HOTEL MARKET ANALYSES

The hotel market in Georgia varies considerably on location. The following gives a review of the development of the hotel industry in Batumi, Georgia with specific emphasis on the hotel supply most relevant to the proposed Hotel. We examine the regional and local hotel supply, the level of international branding in the Batumi Region and the rate performance of hotels.

4.1 HOTEL SUPPLY

For the purpose of the report, we have taken into consideration hotel market data provided by official bodies and the results of our own interviews with local hoteliers, developers and hotel operators.

We have ordered the statistical data from the National Statistics Office of Georgia (attached as an Appendix to this report); according to these figures by 2012 (latest data available) there are 777 lodging facilities in total in Georgia of which hotels account for 54.5%. Based on the same data the supply of hotels in Georgia has grown significantly over the past decade; there were 386 accommodation establishments (including, hotels, mountain chalets, camping sites, rest houses and other accommodation establishments) in Georgia in 2007, by 2012 this had increased to 777, an increase of over 129% in the number of establishments and an increase of 97% in the number of beds. The actual number of hotels has increased from 276 in 2007 to 424 in 2012, a 53.6% increase. The following table highlights these growth figures.

HOTEL SUPPLY, GEORGIA			
YEAR	NUMBER OF ACCOMODATION ESTABLISHMENTS	NUMBER OF HOTELS	NUMBER OF BEDS
2007	339	276	16,704
2008	353	239	17,573
2009	386	220	18,741
2010	462	332	21,086
2011	616	334	25,833
2012	777	424	33,029

Table 12: Hotel Supply, Georgia

Source: National Statistics Office of Georgia

According to the same data, Adjara region (the main comparable market for the proposed project) had the largest level of supply within Georgia. In 2012 Adjara had a total of 201 accommodation establishments, up to 26% of the overall supply in the country. This has increased significantly, with the region having only 75 lodging facilities in 2007.

Notwithstanding the above figures, we would recommend basing any hotel market assumptions on the data provided by the Georgian National Tourism Administration, announcing 1,065 accommodation units with a total capacity of 37,317 beds respectively for the year 2013. The difference in figures, as explained by both entities, is caused by the difference in methodology and approach to the calculation.

According to GNTA, Adjara region boasts the largest number of Beds. Hotels account for 64% of the bed capacity, followed by family houses 17%, and guesthouses 13%. With the increasing number of visitors, medium-term demand is already outstripping current supply. Consequently, it is expected that the supply of accommodation will increase considerably to keep pace with demand.

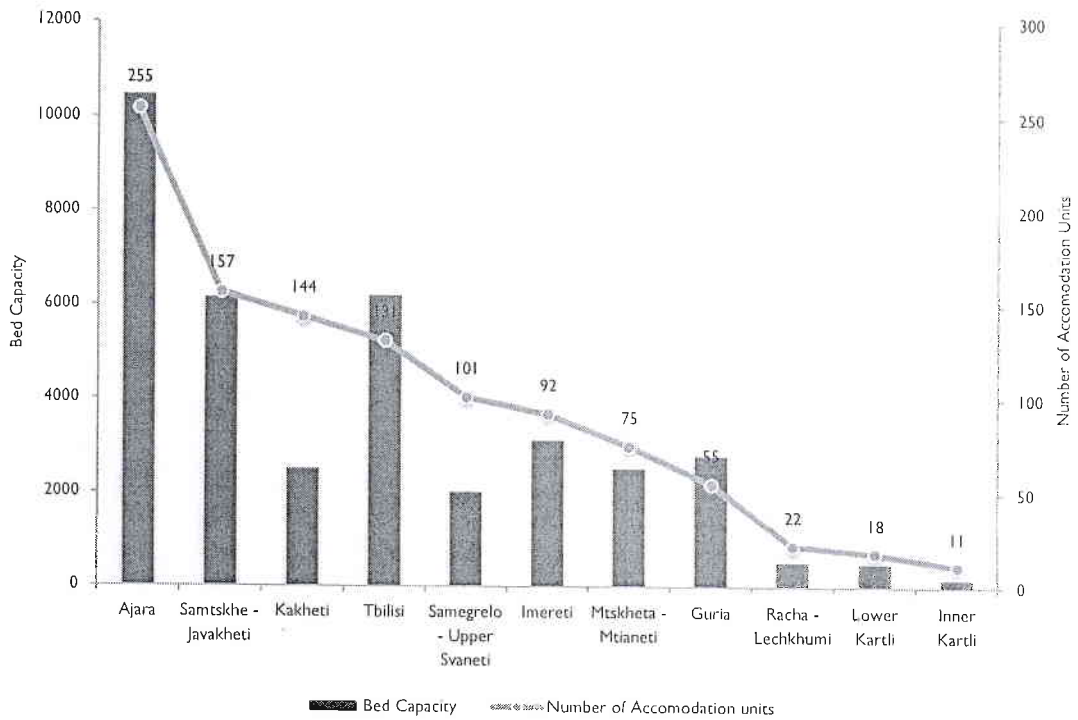


Chart 10: Bed Capacity And Number Of Accommodation Units In Regions, Georgia
Source: GNTA

4.2 COMPETITIVE SET/ HOTELS OF RELEVANCE

When developing a financial forecast it is important to note those existing hotels that compose the current 'competitive set'. This is the existing market that the project needs to compete against and it is in these hotels that the potential guests from this development will be staying at this time. Our analysis is based upon current bedroom performance indicators of occupancy, average daily rate (ADR) and (RevPAR). The development concept of the proposed Hotel, is for an upscale hotel resort with residential, leisure and commercial components as well as spa and wellness, conference venue and casinos. We anticipate that some of the higher quality hotels in Batumi will compete for some business with the proposed upscale Hotel.

We would define these competitive properties into the following categories:

- * Internationally branded 5* hotels/apart hotels – such as the Hilton Batumi, Sheraton Batumi, Radisson Batumi. These hotels boast highest occupancy levels among upscale market hotels.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
ING dilindeki asıl (fotokopü/fake)
belgayi TR diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

INTERNATIONAL BRANDS

While the level of growth of supply within the area has been considerable, this growth has predominantly been in independent and domestic brands, with the location of international brands being a smaller percentage of this increase. International brands tend to locate first in cities or areas of high demand and good access.

The international brands in Batumi, for example, include Hilton, Kempinski (under construction), Swissotel (under construction), Divan Suites, Radisson and Sheraton. The Holiday Inn project is currently on hold with construction yet to start. There is however no presence of other large international brands outside of Batumi. In most developing countries an international hotel brand will typically first locate in the capital or other large commercial city, and after business and brand success will then venture to other areas within the Country. For example, Radisson has a hotel in Tbilisi and has subsequently opened in Batumi.

The client has expressed a desire for an international hotel franchise operator combined with a hotel management contract on a yearly rent based agreement. International brands have very strict product and operating standards and will have high expectations of construction and fit-out. International hotel companies will not only bring business to the hotel, but their particular brand will also provide a perception of high level of quality and a premium on residential units being developed within the resort.

When developing a financial forecast it is important to study those existing hotels that compose the current 'competitive set'. This is the existing market that the new hotel needs to penetrate and take business from. It is in these hotels that the potential guests from this development will be staying at this time. Taking into consideration the location of the property, the current existing market, as well as intended positioning of the hotel, we have identified the main competitive hotels in the region below:

SHERATON HOTEL was built in 2010 and offers 202 guest rooms including 26 suites. The hotel is



located right next door to the subject site along the Rustaveli Avenue, not far from the city centre. There is one main all-day restaurant – Sunflower offering Georgian and International Cuisine and the sky restaurant – Veronica on the upper level of the building, the hotel also offers Vitamin Bar. As for the conference and banquet facilities the Grand Ballroom with portable walls, 6 private meeting rooms can accommodate 10 to 1500 persons for any kind of event. The conference rooms are well equipped with the modern audio-visual and teleconference facilities; most of the meeting rooms have natural daylight.

During the low business season, the hotel offers winter packages for corporate clients and those seeking retreat from the capital's busy life.

RADISSON BLU HOTEL is situated in a prime city location, on I Ninoshvili Street right opposite the Opera House with excellent hotel and branding visibility. The hotel has 168 guest rooms. The size of

the standard rooms starts form 33 square meters, whereas the Executive Suite offers 86 Sqm of living space. The hotel offers extensive dining facilities including Medea Restaurant and Bar on the ground floor, and Clouds Restaurant & Bar on 19th floor with spectacular views of the Black sea and City Scape.

The Grand Ballroom spans 350 square metres, comfortably accommodating 350 attendees in theatre-style seating or 150 guests banquet style. The ballroom can also be separated into three smaller sections, offering convenient flexibility. Two boardrooms provide space for 10-member meetings.

The hotel offers branded Anne Semonin Wellness & Spa Center. The 1,800 square meter space includes Finnish sauna and aroma steam bath, indoor colour therapy swimming pool, outdoor infinity swimming pool, Ozone bar, Relaxing lounge area, Solarium, Sundeck chairs and parasols and well-equipped Techno Gym fitness centre.



ROOMS AND SUITES

Both selected hotels offer no less than 5 room categories – mainly presented by standard rooms and followed by deluxe rooms and different categories of suites including junior, executive and presidential suites. Standard rooms prevail in the room set of all the hotels.

Selected hotels provide guests with a wide range of room types and suites. Sheraton offers 26 suites and Radisson counts 21 suites. With regard to the total room stock of the hotels, we see that the share of suites is from 12.5% to 13% of the total number of keys.

With regard to the room size, the hotels offer standard rooms of 25-35 square meters, which is in line with the standard international requirements for upscale brands. It's worth noting that Radisson has a larger standard room sizing than the competitive set.

FOOD AND BEVERAGE OUTLETS

Aforementioned hotels offer a main restaurant serving buffet breakfast and a number of other restaurants and lobby bars. Buffet breakfast in the selected hotels is around \$20 and usually is included in the rate.

CONFERENCE FACILITIES

This is an important part of hotel facilities in Batumi. Apart from serving the business needs of corporate guests, the culture in the city is for large social events that are often held in hotels. It is usual for hotels to host weddings, birthday parties, corporate parties and other social events from 100 covers upwards. Hotels reported that this business is still significant though it rarely transfers into room sales as most guests live locally.

Conference and banqueting space is playing an important role in the city and the hotels are trying to offer flexible meeting space that can facilitate social and corporate events.

4.3 PIPELINE OF RELEVANT HOTEL DEVELOPMENT PROJECTS

HOTEL	LOCATION	NO OF ROOMS	CATEGORY	OPENING DATE/CURRENT CONDITION
Hilton	Batumi	247	Luxury	2015
Holiday Inn or Crown Plaza	Batumi	180	Upper middle class	On Hold
Swissotel	Batumi	180	Luxury	2016
Kempinski	Batumi	232	Luxury	On Hold
Babillon Tower	Batumi	168	Upper middle class	2016
TOTAL		1007		

Table 13: Pipeline Hotel Projects

Hotel development in Batumi is focused on the upscale and luxury hotel markets and strong competition will make it difficult to increase rates in the coming years as hotels fight for market share. It is encouraging for planned developments that only one luxury hotels is due to open in Batumi in 2015 - Hilton.

A level of market maturity will need to come to the region for the luxury market to truly develop and for rates to grow. In the initial years we foresee the luxury hotels competing closer to the upscale hotels to gain occupancy then they should be able to pull away once a certain occupancy range is achieved.

4.4 COMPETITIVE SET PERFORMANCE/MARKET DEMAND

The following section benchmarks the bedroom performance indicators of the defined competitive set and analyses the weekday/weekend demand and seasonality. The data was provided by STR Global and covers the period from 2012 until May 2014. The aggregate data comprises the branded hotels performance only (Sheraton and Radisson in Batumi) and hotels with similar performance on the Black Sea coast in Ukraine. We presume this will showcase the overall demand for the hotels of relevance.

Batumi offers over 200 properties (hotels as well as private apartments). Taking into consideration the opened 5 star and luxury properties within the city (inclusive of Kobuleti) five properties should be considered for comparison:

Radisson Blu Batumi has 160 rooms and is the market price leader with approximately USD 135+ room only rates within the low season and USD 215+ room only rates within the high season. The hotel implements DOW rates and is expected to close the calendar year with approximate yearly occupancy rate of 45%.

Sheraton Batumi has 202 rooms and is a market price follower with approximately USD 115+ room only rates within the low season and USD 205+ room only rates within the high season. The hotel has

an occupancy-driven strategy and does not implement DOW rates. The yearly occupancy is expected to be higher than the Radisson's at the expense of the ADR.

Intourist Palace Batumi has 146 rooms with no clear rate strategy.

Divan Suites Batumi has 65 rooms which are newly opened in 2014 and the hotel room rates are positioned approximately 30% below the Radisson. The hotel is popular among Turkish visitors (Divan is a Turkish brand) and due to small inventory remains fully or nearly fully booked within high season.

Georgia Palace Hotel – located in Kobuleti, with no clear rate strategy and expected low yearly ADR with high occupancy in high season.

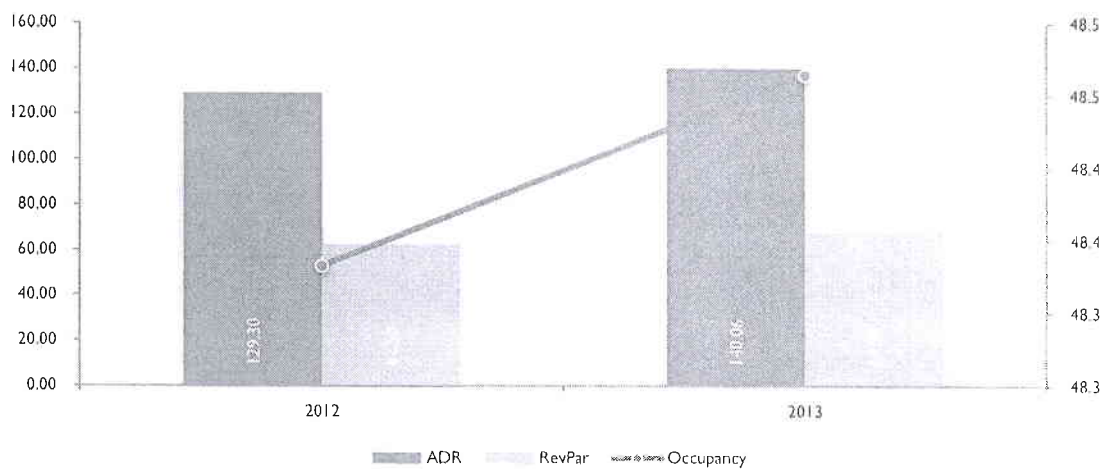


Chart 1: Hotel Performance Indicators

Source: STR Global

YEAR	OCCUPANCY	ADR	REVPAR
2012	48.3%	\$129.30	\$62.50
2013	48.5%	\$140.06	\$67.88
2014	34.5%	\$106.20	\$36.65

- Throughout the period since STR started collecting data about the given hotels, occupancy for this set of hotels has been steadily performing in the range of 48-49% yearly average.
- ADR however increased with an average of slightly over \$140 in 2013, or by 8.3%
- As a result of occupancy and ADR movements, RevPAR increased to \$67.88 by over \$5 in a year.

SEASONALITY

Seasonality is an important indicator of the business mix the subject property is likely to have. It also impacts a hotel's seasonal staffing requirements. The following graph highlights the monthly pattern for the hotels in the competitor set. As part of our demand analysis, we look into seasonality in order to determine demand patterns. The data analyzed in the chart below is that of 2013. We also provide the detailed info on 2012-2013 performance indicators in the following table.

MONTHLY PERFORMANCE INDICATORS - 2012												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Occupancy	29.1%	29.5%	30.1%	40.2%	55.3%	69.8%	71.8%	84.3%	66.6%	44.6%	30.5%	26.7%
ADR	\$116.86	\$98.26	\$103.91	\$117.09	\$123.06	\$138.20	\$159.20	\$148.60	\$128.60	\$117.59	\$109.43	\$112.61
RevPar	\$33.96	\$29.03	\$31.30	\$47.10	\$68.11	\$96.40	\$114.37	\$125.24	\$85.68	\$52.46	\$33.33	\$30.12

MONTHLY PERFORMANCE INDICATORS - 2013												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Occupancy	25.6%	26.2%	36.6%	43.0%	55.7%	62.6%	69.2%	84.5%	66.9%	43.0%	38.1%	28.7%
ADR	122.95	102.68	107.48	112.38	133.07	159.17	178.70	179.35	138.45	127.77	105.63	98.45
RevPar	31.44	26.86	39.32	48.29	74.15	99.64	123.68	151.48	92.60	54.99	40.19	28.26

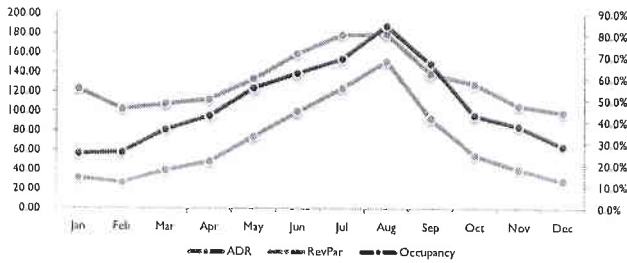


Chart 12: Hotel Performance Indicators
Source: STR Global

- Characteristic to the resort destinations, that are summer oriented, the graph illustrates that the high season period is through June to September, peaking in August at around 85% occupancy. Coinciding with occupancy levels, ADR reaches its highest level in July-August, due to a large share of holiday and MICE travel for these months.
- Occupancy drops significantly in October through the next summer season, the biggest dips are in December and January, traditional holiday periods when even the corporate travel cannot keep up the rate. ADR falls by 45% from the high season levels.
- The shoulder months perform relatively strongly, still reaching 30-40% occupancy rate.

Tercüme edilmek üzere bana verilen
..... dilindeki asıl (fotokopi/faks)
belgeyi..... diline tam ve doğru
olarak çevirdiğimi beyan ederim.
MAHMUT DOKGÖZ

31 Aralık 2015

MARKET SEGMENTATION

There are different types of business that a hotel attracts during each year, based on the location of the hotel, facilities offered, star rating and access. The following market segments would be the most typical for the local and regional hotels.

The TOUR OPERATOR MARKET is one of the most important segments for the region. It is typically a summer season business. This market segment is typically packaged based either half board or full board with an average length of stay of ten days. July and August are the two busiest months on the Batumi coast for this business. We anticipate that the proposed hotel will also compete for this leisure business.

The LEISURE FIT MARKET includes the individual leisure traveller, festivals, holiday weekends, drive-by transient travellers, holidaymakers, visitors attending local entertainment events and people visiting the area for reunions and family events. Weekends and summer months are typically the highest leisure demand times.

The COMMERCIAL TRANSIENT MARKET comprises primarily visitors to local companies, independent sales people and employees in training and other business, people associated with firms in the specific market place. There is also a portion of contract workers, however the rate associated with these would be lower than a typical corporate rate. The demand for these rooms is typically mid-week, Monday through Thursday. Hotels within Batumi, such as the Radisson or Sheraton, would have a higher level of this type of business.

The GROUP MEETINGS MARKET segment comprises room nights generated primarily by associations, corporate and public sector. Corporate meetings typically occur during the mid-week, although certain sales or team building events are now occurring on some Fridays and Saturdays. Unlike the commercial transient market, where location is paramount, corporate meetings will choose a hotel based not only on location but also price, service, facilities offered and accessibility. Hotels can also negotiate with companies for off-peak periods at a lower rate. This has been a very successful strategy for hotels worldwide. Some of the four and five star hotels in Batumi have been successful in attracting this business particularly in the September and October months, however due to the lack of air access during the winter, it is difficult for hotels to grow revenue in the winter months.

Hotels within the area also benefit from weddings and social functions as many of the guests will stay at the hotel property during such events.

The mix of business captured by the four and five-star hotels in Batumi is in the range of 5-10% group meetings, approximately 10% commercial transient market, and 80-85% leisure FIT market and tour operator business. The leisure tour business is the predominant market segment for the majority of the hotels in Batumi. The hotels with meeting rooms and additional facilities such as a spa, wellness/magnetic health treatments are focusing on the market for the shoulder and low seasons. Accommodation establishments with gambling facilities also benefit from year round demand from neighbouring and middle-eastern countries.

4.5 CONCLUSIONS AND KEY RECOMMENDATIONS

Based on the market assessment Cushman & Wakefield Georgia recommend the following:

- Development of a high-end/upscale internationally branded hotel with leisure, food & beverage, conference and events facilities. These facilities will ensure that during Summer months a relatively high average customer spend can be captured, but also during winter months there will be increased attractions and facilities compared to the existing Batumi offerings for guests to stay at the proposed development;
- According to the current Batumi city development plan, the site will have no form of development in between the site and the Black Sea (approximately 100 metres from the site). The site is therefore considered to be prime real estate with "first line sea views".
- Being in the main resort development area of the city and as a prime location, the site is suited to real estate development characterized by residential, retail, casinos and hospitality.
- With strong support from the Georgian ministries responsible for tourism and economic development, combined with backing from the local Batumi authorities, the project has received wide backing and publicity through Governmental channels
- A hotel with a total capacity of 203 rooms with three room category types. This would enable the hotel operator to differentiate the traveler markets and offer different room products to different demand segments, thereby maximizing average daily rates and rooms revenue.
- 118 unit apart-hotel component which will be complimentary to the hotel development and residential sales will benefit from the recognized global hotel brand and amenities.
- 471 Residences with sale prices varying from \$1500 per sq.m to \$2500 per sq.m, shell and core. The Residences will have facilities such as magazine retail shops, totaling 1,383 sq.m.
- The apart hotel component will also enable the operator to offer fractional ownership or timeshare membership to global partners which will smooth the demand in the low seasons.

5 SITE ANALYSES

The Batumi site is proposed as an integrated development that will be built on land of approximately 4 hectares. The proposed project development aims to include:

- Upscale Hotel (203 Rooms) & Conference Center (21287 sq.m)
- Casino (2,887 sq.m)
- Retail (including hypermarket 44 retail units, 9397 sq.m GBA)
- Health & leisure center (2000 sq.m)
- Residential units (471), 30342 sq.m GBA and 25,984 sq.m GLA. The Residences will have facilities such as magazine retail shops, totaling 1,383 sq.m
- Apart-hotel (118 Rooms)
- Total Construction Area (Gross Buildable Area) approximately 88,988 sq.m

The suitability of the subject land for hospitality/residential purposes (with additional commercial uses) is an important consideration affecting the economic viability of the property and its ultimate marketability. Factors such as size, topography, access, visibility and the availability of utilities have a direct impact on the desirability of a particular site.

The Cushman & Wakefield Georgia research team undertook a thorough analysis of the subject development site and the surrounding area.

The subject site is located at No.1 Mtsvane Street, Batumi, within the new tourism investment zone adjacent to, but outside, the main city centre. The analysis is undertaken to identify the framework of the site and the relationship to the area that may define the proposed Atlas Georgia JSC project opportunities and/or threats, as summarized in the SWOT analysis section.

5.1 LOCATION ANALYSIS

According to the documents provided by the Client, the total area of the subject site examined in this report equates to 38,525 square meters. The site is located on No.1 Mtsvane Street, Batumi, which runs parallel to the south boundary line and is the main artery into the city from the west and city airport. The site's location is well suited to accommodating a mixed-use complex with residential, hotel and retail components. Close proximity to the sea (so called "1st line"), the Seaside Boulevard and the main city park results in a high level of pedestrian traffic. Hotels, guesthouses and gambling facilities dominate the area. There are also residential blocks with multifamily housing, mainly old Soviet-type buildings. A few construction sites are currently active and the mixed-use complex, which will accommodate a 5* Hilton hotel, residential tower, shopping and casino facilities plus recreational development, is forecast to be delivered in Q2 2015.

The subject site enjoys an advantageous location with main road access adjacent to the new Boulevard and high visibility to both traffic flows and pedestrian circulation routes.

The map below provides a general understanding of the illustration of the site in relation to the immediate area:



LOCATED ON NO.1 MTSVANE STREET, BATUMI:

The images below provide architectural renderings of how the site would look when development is completed:





5.2 ADJACENT LAND USES

The neighbourhood surrounding a hotel, retail or gambling facility often has an impact on the property's status, image, class, style of operation and sometimes its ability to attract and properly serve a particular market segment. This section of the report investigates the subject neighbourhood and evaluates any pertinent location factors that could affect its future occupancy, average rate, and overall profitability.

The existing surrounding area illustrates a variety of surrounding uses, mostly dominated by hotels and guesthouses, as well as gambling facilities and residential property. The site is located along the so-called "new Boulevard of Batumi" in the main resort part of the city. However, old-style building patterns remain throughout the area, mostly represented by out-dated residential stock. It is believed that these will also witness a gradual transformation in the following years towards contemporary residential and commercial accommodation as an extension to the current regeneration processes.

5.3 SWOT ANALYSIS

In the SWOT analysis below, we present our assessment of the relative strengths, weaknesses, opportunities and threats of the subject site taking into account the proposed hotel, residential, casino and retail development.

Strengths

- Strong government support;
- Good local transport infrastructure;
- Good location for all-season resort development;
- Positioned in the city's resort zone which is undergoing major developments and regeneration;
- Visibility to long-distance traffic;
- Turnkey delivery of residential apartments
- Large site area, suitable for development of a complex with social and commercial infrastructure
- Location close to Batumi international airport.

Weaknesses

- Poor regional and international transport accessibility;
- Highly seasonal – very busy, but short summer, but long, quiet off-peak period.
- Weak domestic demand due to more attractive foreign resorts;
- Relatively large distance (long walk) to the Batumi city center
- Weak sales rate in comparable projects in the area.

Opportunities

- Popularization of Batumi as a global tourist destination, including development of international transport links;
- Lack of competition in the quality hospitality, dining and leisure opportunities as well as the retail segment
- The development of gambling as a powerful source of demand;
- Development of nature, all year, hinterland resorts, due to favorable semi-tropical climate;
- Development of programs for cooperation with neighboring countries
- Increase the share of business travel due to proximity to Turkey, Russia, Armenia, Azerbaijan, Middle East,
- Efficient phasing, which will provide economic and market flexibility for the project.

Threats

- Political instability of the country;
- Possible limitations in gambling development – potential social tensions due to development of gambling and casinos in Ajara;
- High degree of competitive pressure from hotels in the immediate area, including internationally branded properties
- A number of proposed hotel developments have recently been granted planning permission or are under construction in the surrounding area, which could result, if the operators show interest, in an increase in supply in the medium term future;
- Increase in residential real estate competition.

5.4 CONCLUSION

With the aforementioned research and analysis, the project site described as No.1 Mtsvane Street, Batumi, provides a good opportunity to develop an internationally branded hotel and residential / apart hotel, retail and entertainment facilities, spa, fitness, beauty salon and casinos. The development should be upscale and will leverage the aspects of the conference and gambling provisions to ensure strong all year round demand.

According to the current Batumi city development plan, the site will have no form of development in between the site and the Black Sea (approximately 100 metres from the site) and there is good accessibility from the site into other areas of Batumi. The site is therefore considered to be prime real estate with "first line sea views". We are therefore of the opinion that the development will be attractive to a wide range of demand segments and can command strong pricing for both hotel room rates and facilities, conference and events, and for residential prices per square metre.

Batumi is a city undergoing regeneration and the skyline is changing with numerous residential and mixed use developments. Whilst there is a considerable amount of upscale and luxury hotel accommodation under consideration, Batumi is currently seeing strong summer growth in average room rates, however winter season will always be problematic for a destination hotel venue. With continued support from the Georgian Government and local authorities and assuming stable policies, Batumi should see positive growth in tourist and corporate demand and therefore any potential over-supply likely to occur in the hotel market should be absorbed by the increased demand from the international traveller market.

6. PROJECT CONCEPT

6.1 SCENARIO FOR THE ATLAS HOTEL PROJECT

The following section details the concept of the Atlas Hotel Development. We have based our conclusions on evidence taken from our competitive market analysis, site analysis and information provided by the Client. We have been advised that the proposed development will comprise:

- Upscale Hotel (203 Rooms) & Conference Center (2,1287 sq.m)
- Casino (2,887 sq.m)
- Retail (including hypermarket 44 retail units, 9397 sq.m GBA)
- Health & leisure center (2000 sq.m)
- Residential units (471), 30,342 sq.m GBA and 25,984 sq.m GLA. The Residences will have facilities such as magazine retail shops, totaling 1,383 sq.m
- Apart-hotel (118 Rooms)
- Total Construction Area (Gross Buildable Area) approximately 88,988 sq.m

Based on this analysis, the following conclusions were made, which will determine the most suitable concept:

- According to the current Batumi city development plan, the site will have no form of development in between the site and the Black Sea (approximately 100 metres from the site). The site is therefore considered to be prime real estate with "first line sea views".
- Being in the main resort development area of the city and as a prime location, the site is suited to real estate development characterized by residential, retail, casinos and hospitality.
- A majority of the residential apartments according to the current architecture and construction design will have spectacular views over the Black Sea and that every hotel room has a balcony.
- The residential component of the project will benefit from the synergy of the facilities and services offered by the hotel.
- Conference and events facilities are in demand in Batumi with an average events capacity of approximately 500 guests. However, assuming that the hotel management company will pursue a strategy to increase the size of conference and events business in order to compete with regional conference and events hubs such as Istanbul, it is suggested to allocate up to 2000 square meters of conference and events space, designed with a flexible layout.
- The Hotel will complement the casino visitor rate and vice versa, as the gambling facility will create additional demand for the hotel throughout all seasons.
- The hotel will have the opportunity to capture the corporate and leisure market subject to the strength of the anticipated hotel brand. Having analysed the current and future real estate market segments in Batumi, we believe that a multifunctional complex with luxury hotel and

serviced apartments with extended facilities, shopping centre and casino will be most suitable for this location.

- The following table indicates a summary of facilities that our analysis suggests will be required for the upscale hotel and the residential units:

HOTEL	NO OF UNITS	AREA
Deluxe	167	35 Sqm
Junior Suite	24	50 Sqm
Executive Suite	12	70 Sqm
Total number keys	203	

APARTMENTS	NO. OF UNITS
1+0 Flat	143
1+1 Flat	143
2+1 Flat	176
2+1 Duplex	4
3+1 Duplex	5
Total number of units	471

6.2 HOTEL CONCEPT

The entrance to the hotel should be organized from the side along Mtsvane Street. There should be signs from the centre of Batumi and the airport road to direct guests to the hotel. We suggest allocating the meeting and banqueting facilities in a way that the premises have direct access from the main lobby and separate entrance if possible. The entrance to the hotel needs to create an appropriate sense of arrival for an upscale hotel – we recommend a light and spacious lobby, with a quiet touch of sophistication.



Reception and check-in desks should be created with the latest technological features. There should be signs from the main entrance to the hotel's lobby bar and restaurants. A luggage room should be located on the ground floor. The overall design of the interior should be discussed with the hotel operator, where possible.

HOTEL ROOM LAYOUT

We believe that the proposed number of 203 guest rooms is optimal for the location. The ultimate sizing and the layout of the rooms depends on the architectural design and the future hotel operator's requirements, however, based on the general market standards we recommend the following approximate split:

- 167 Deluxe rooms at approx. 35 Sq.m;
- 24 Junior Suites 50 Sq.m;
- 12 Executive Suites 70 Sq.m;

As an upscale hotel there is no "standard room" in the hotel and all rooms are classified at a luxurious level. The majority of rooms should be deluxe category with approximate size 35 square meters, which will satisfy the majority of demand likely to come from corporates, high-end MICE guests and leisure groups.

Junior Suites will be in demand by top-end corporate clients, individual leisure travellers or families and we suggest allocating Executive Suites on the top level of the hotel. Executive Suites can be designed with larger balconies and wider aspect views.

We believe that 18% allocation of suites within the total room count will be adequate and above the existing market. With a room count of 203 we would be cautious about adding a higher mix of suites.



HOTEL FOOD & BEVERAGE



Food and beverage outlets in the hotel need to be of the highest standard and we suggest a main restaurant offering approximately 150-180 covers that would be the main breakfast room (buffet style).

To have a recognized international rating as an upscale hotel, there is a requirement to have an alternative lunch/dinner restaurant which could feature an open kitchen and live cooking stations to create a vibrant dining experience. We recommend an open terrace, taking into consideration the longer summer period.

The main lobby bar should remain open 24 hours for hotel guests, with approximately 50 seats. It should be spacious and tables should not be too small in order to allow guests to organise small business meetings with work and eat at the same time, but with a consideration for privacy. The lobby bar itself should service the lobby zone of the hotel with a bar snack menu that can be supplied by the main kitchen 24 hours a day.

The main hotel kitchen should be located in between the main restaurant and conference & banqueting space, in order to allow efficient service. Room service and mini-bars will be available throughout the hotel, with fully stocked bars in the suites.

CONFERENCE & MEETING FACILITIES



Batumi as a conference destination can compete for regional conferences and as a wedding destination will have large-scale wedding events, we therefore suggest allocating up to 2000 square meters for the total meeting space, including pre-function areas and cloakrooms.

We have studied the existing conference facilities presented in the competitive hotels set and there is a good demand in the city for conference space. The meeting space should be well planned, commercially focussed and give a sense of openness.

We would suggest the following breakdown of the meeting/business space: -

- Main Ballroom – 1500 square metres, partitioned into 2 smaller rooms if necessary;
- Conference Room – 300 Square metres;
- Various Meeting rooms/boardrooms – 5-8 rooms ranging from 25 to 100 square metres;
- Pre-Function are, toilets and cloakrooms.

We suggest to allocate all meeting and banqueting facilities in one of the hotel's wings and dedicate a full conference floor on the ground and first floor level. The main hotel kitchen should have a convenient and close access to the conference facilities with an ancillary kitchen adjacent to the conference centre for preparation and hot box storage

6.3 RESIDENTIAL CONCEPT

To determine the suitability of the residential component for the project we were guided by the following facts and observations: -

- There is strong demand for quality residential accommodation both from a local population perspective and also from holidaymakers;
- The proposed site benefits from its proximity to the seaside, major transportation routes, and maturing infrastructure in Batumi;
- Residential facilities are characterized by a shorter payback period than most other real estate concepts;
- There is the possibility to offer timeshare and fractional ownership of the apartments through global partners which will ensure higher demand in the low seasons;
- A professional property management company will ensure that facilities are well kept and the long term asset value is maintained without through efficient use of owner's sinking fund and capital expenditure.

The residential development on the site may be considered attractive due to the shorter payback period and the residential scheme (471 units in total) has been designed in such a way as to minimise risks associated with low absorption rates. Whilst the residential sales volumes can be volatile, responding to fluctuations in debt interest rates and to country specific risks, sensible pricing assumptions per square metre will be made, it is forecast that consumer demand for the residences will lead to strong internal rates of return on the project.

6.4 RETAIL COMPONENT

The layout selected by the Client is a trade centre arrangement with flexibility for tenant specific requirements. The retail unit module is commonly determined by the structural grid, which can vary significantly, although as a standard for the selected concept development we suggest a basic format of 12m x 12m is adopted. With the development relying on pre-lease arrangements being negotiated for retail occupiers, it is of great importance that the sizing of units can remain flexible in order to comply with the request of the individual shops, although this is easily achieved with the open plan internal envelope suggested. Unit sizing's suggested are in line with basic target occupiers' standard requirements, with the standard leasing arrangement being on a 'Gross Internal Area' (GIA) arrangement. Floor slab strength should be specified at 7KN/m2.

The shop tenant's principal interest in vertical dimensions is the clear internal height allowed from the finished floor to the underside of the structure, including allowed space for mechanical and electrical equipment, as well as the glazed frontage vertical height. In the case of the proposed project targeted occupiers can operate with heights of at least 3.5m.

The developer normally completes the retail units up to the point of a shell and core standard of finish. The different types of shop tenants then complete their own shop fit-out and mechanical and electrical installations, which includes internal finishes, environmental services installations, shop fitting and stocking out with products. The shell finish in most retail facilities will include the structure, the weatherproof envelope, floor openings (if any) and the supply of capped-off mains and electrical services. Generally the shell finish includes terminated mains services connections including water and drainage (for F&B units only), electricity and interfaces with the communal fire and security systems, including capped sprinkler system connection. It is typically the responsibility of individual tenants to arrange for their own connection to the telephone network. Mains services to each tenancy are separately metered for onward charging.

It is important that the universal unit shop module size adopted is capable of being combined in multiples of the unit and, in the larger format, will still meet the requirements of the retailers. The ability to integrate units is fundamental to a successful shopping centre and the ability to provide flexible leasing arrangements. There should be the opportunity to provide target occupiers with the specifications and area that they require, rather than fitting round existing unit sizes. Having the right space will enable them to operate effectively, strengthening their business and therefore the reliability of the lease.

6.5 CASINO COMPONENT – CASINO OF 2,887 SQ.M

There are currently nine casinos in Georgia - three in Tbilisi, reduced from 18 when the gaming duties were substantially increased in 2005, and six in Batumi. Three more are planned for the Hilton hotel and the Kempinski hotel as well as the casino at the Babillon Tower.

Gaming is prohibited in the following bordering countries:

- Russia
- Turkey
- Azerbaijan

As well as in all high-income countries of the Middle East and Ukraine and Syria from where a significant number of tourists come from.

The extensive interest by casino operators in operating in Batumi is driven by:

- Attractive gambling business legislation
- Attractive investment climate
- Liberal visa regime to regional countries
- Gambling being prohibited in neighboring countries and particularly in Turkey
- Strong connectivity with the airport, sea port, railway and international border
- High level of security
- Low and stable gaming duties
- Low, consistent and easy to administer taxes

- No payroll, social insurance or capital gains tax
- No wealth tax, inheritance tax or stamp duty
- Foreign-source income of individuals is fully exempted
- Strong political commitment to low and simple taxation
- VAT 18% & Corporate Income Tax 15%
- Double taxation avoidance treaties with a number of countries
- For newly opened hotels with at least 100 rooms, the casino license has no annual fee for the first 10 years of operation. This license is not granted until the hotel is open.

A summary of SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) analysis of the casino market in the Black Sea coastal region is summarised below:

Strengths

- Casinos are a major all year round attraction for both international tourists and locals - which positively impacts on the development of the tourism market
- Rapid increase and continued growth of the tourist inflow from countries where gambling is prohibited - especially Turkey and Azerbaijan
- High propensities to gamble in surrounding countries
- Strong government support
- Gradual simplification of the visa regime from neighboring countries
- Tax exemptions for hotels with more than 100 rooms

Weaknesses

- Emergence and growth of slot machine arcades which are poorly controlled and provide a low quality customer environment
- Negative image of gambling and problems related to gambling in general
- Potential over supply of casinos
- An evolving regulatory framework
- Long term political support unknown

Opportunities

- Create a new culture of leisure and gambling consumption as part of the resort mix
- Attract a broader visitor demographic to increase dwell time
- Provide carefully managed and controlled gambling
- Implement responsible gambling policies and procedures
- Deliver exceptional customer service, driving loyalty and repeat visits
- Attract an operator with international expertise

Threats

- How long will government legislation provide special treatments to the casino sector
- Over supply of casinos
- Changes in duty and tax rates
- Limitation on gambling stakes and machine numbers
- Tight regulatory control
- Change in availability of flights to the region from key destinations

7 CONCLUSIONS

Based on the Cushman Wakefield Georgia LLC knowledge of the Georgian real estate market and the detailed market research conducted by the consultancy department of Cushman Wakefield Georgia LLC into the proposed site location, financial analyses and market comparisons, the conclusions with regard to the Atlas Georgia project are as follows:

- According to the current Batumi city development plan, the site will have no form of development in between the site and the Black Sea (approximately 100 metres from the site). The site is therefore considered to be prime real estate with "first line sea views".
- Being in the main resort development area of the city and as a prime location, the site is suited to real estate development characterized by residential, retail, casinos and hospitality.
- With strong support from the Georgian ministries responsible for tourism and economic development, combined with backing from the local Batumi authorities, the project has received wide backing and publicity through Governmental channels
- With greater advertising provided by the Georgian National Tourism Board for the Batumi resorts, combined with the increase in destination management companies (DMCs) with corporate activities in Batumi, the potential for MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) events and hospitality is certain to grow.
- The project site will be designed to ensure Conference and MICE events can compete for business from corporate hubs such as Istanbul, Moscow and Tbilisi and this will ensure stronger year round hotel room occupancies
- The proposed concepts to develop a hotel, conference facilities and residential / apart hotel as well as shopping and gambling facilities will bring efficient synergies for all the components.
- The Internal Rate of Return and Net Present Valuations show strong financial indicators for return on initial investment and long term financial stability for the project.
- It is planned that apartments will be delivered with an estimated cost per sq.m of \$620 (shell and core). Achievable and competitive pricing averaging \$1,500-2,000 per sq.m will ensure an excellent market absorption rate.
- Batumi is the second largest city in Georgia and there is a comparative lack of quality supply in the quality hospitality and dining industry, as well as opportunities to promote prime branding opportunities for the retail market that otherwise do not exist.
- Gambling will continue to be a driver of income and profitability for Batumi with strong and growing demand from neighbor countries, deprived by law of similar gaming opportunities
- The Atlas Hotel JSC has an established project management team that has already finished successful logistics development projects in Batumi

ANNEX I: EXAMPLE RESIDENTIAL PRICING

The following projections show examples of how the pricing could be for Residential sales of Apartment numbers A301 to A308 and B301 to B309. The assumptions are that the average sale price are currently \$2,000 per sq.m rising to \$2,500 per sq.m during completion. These are estimated sales prices per square meter and will vary depending on market conditions at the future time of sale.

APARTMENT NO.	NO. OF BEDROOMS	SIZE (m ²) EXCL. BALCONY	SIZE (m ²) INC. BALCONY	BALCONY SIZE (m ²)	SEA VIEW PREMIUM	PRICE PER M2	VIEW PRICE PER M2	FLOOR PRICE INCREASE	TOTAL PRICE USDS
A301	2	37.65	51.8	14.15	Direct View	2,000	2,100	2,150	111,370
A302	2	42.1	49.4	7.3	Side view	2,000	2,000	2,050	101,270
A303	2	37.25	42.95	5.7	Side view	2,000	2,000	2,050	88,048
A304	1	42.35	48.35	6	Side view	2,000	2,000	2,050	99,118
A305	1	42.15	47.85	5.7	Direct View	2,000	2,100	2,150	102,878
A306	1	37.7	42.3	5.6	Direct View	2,000	2,100	2,150	90,945
A307	1	37.4	43.05	5.65	Direct View	2,000	2,100	2,150	92,558
A308	1	36.9	42.6	5.7	Direct View	2,000	2,100	2,150	91,590
A309	2	37.6	52.7	15.1	Direct View	2,000	2,100	2,150	113,305
B301	2	37.65	51.8	14.15	Direct View	2,000	2,100	2,150	111,370
B302	2	42.1	49.4	7.3	Side view	2,000	2,000	2,050	101,270
B303	2	37.25	42.95	5.7	Side view	2,000	2,000	2,050	88,048
B304	1	42.35	48.35	6	Side view	2,000	2,000	2,050	99,118
B305	1	42.15	47.85	5.7	Direct View	2,000	2,100	2,150	102,878
B306	1	37.7	43.3	5.6	Direct View	2,000	2,100	2,150	93,095
B307	1	37.4	43.05	5.65	Direct View	2,000	2,100	2,150	92,558
B308	1	36.9	42.6	5.7	Direct View	2,000	2,100	2,150	91,590
B309	2	37.6	52.7	15.1	Direct View	2,000	2,100	2,150	113,305

A301 to A309 and B301 to B309 (in total 18 apartments), the current anticipated total sale value is USD \$1,784,310.