"М Е Ж Д У Н А Р О Д Е Н П А Н А И Р П Л О В Д И В" АД

СЪВЕТ НА ДИРЕКТОРИТЕ

ДОКЛАД

ЗА ДЕЙНОСТТА НА "МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР ПЛОВДИВ" АД - ГР.ПЛОВДИВ ЗА 2017 г.

/ чл. 245 във връзка с чл. 247 от Търговския закон/

I. ОБЗОР НА СЪСТОЯНИЕТО НА ИЗЛОЖБЕНАТА ИНДУСТРИЯ

От 2009 г. насам Световната асоциация на изложбената индустрия UFI редовно оценява въздействието на икономическата криза чрез разработване на "Барометър на кризата" на база възприятията на членовете на UFI от 84 страни, включително и за САЩ подобно проучване е проведено от SISO (Организацията на независимите организатори на изложения). Обхватът на проучването се разширява, за да се включат членовете на AFIDA (Международна асоциация на панаирите в Америка) в Централна и Южна Америка и на EXSA (Асоциация за изложения и прояви на Южна Африка).

Този доклад прераства в "*Барометър на световната изложбена индустрия*" с две проучвания годишно. Настоящият документ представя резултатите от 18-то проучване "Барометър на световната изложбена индустрия", проведено през м. декември 2017 г.

Според броя на отговорите, настоящото изследване включващо 240 компании от 54 страни осигурява представителни резултати. Приема се, че е възможно обобщените регионални резултати да не отразяват ситуацията в конкретни страни в даден регион.

1. Брутен оборот

Той показва много положителна и стабилна прогноза за Европа, където 77 до 78 % декларират увеличение. В Америка ситуацията се подобрява през този период от 55 % до 81 %. Положителна тенденция е забелязана в Азия/Тихоокеански регион (от 64-67% през 2016 до 74% през 2017) като има предвид, че ситуацията е относително стабилна в Близкия изток и Африка (56 to60 %).

Класациите са включени във втората част на този доклад ("подробни резултати за избрани страни или зони") с подробности за тези регионални резултати, добавяне на процента от фирми, обявява намаление на техния оборот и процентът на "неизвестни " отговори. Те показват различни ситуации:

• в Северна Америка, САЩ и Мексико се представя положителна перспектива с повече от 60 % от компаниите очакват нарастване на оборота за 3 периода и дори повече от 70 % в САЩ или 90 % в Мексико за някои периоди;

• в Централна и Южна Америка - във 2-ра част от 2016 г. се наблюдава спад на оборота за около 80 % средно; положението за 2017 г. се очаква да се подобри-важно за

Бразилия, с 80-90 % от компаниите обявяват увеличение, но не толкова много за други страни, където мнозинството от компаниите все още очакват спад;

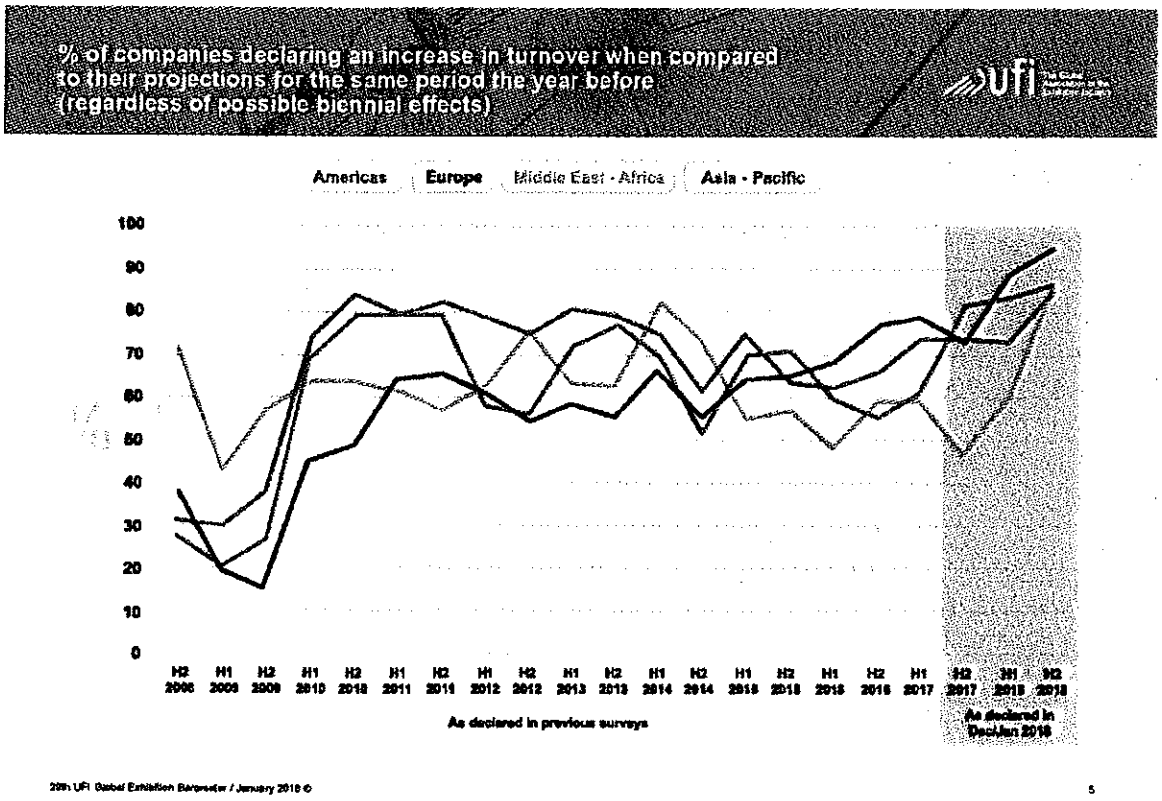
• в Европа, повечето пазари декларират позитивни резултати с около 80 % от фирмите,които очакват увеличение на оборота за 3 периода.

Изключения обаче са забелязани за Германия и Италия, където 2017 изглежда по-слаба от 2016.

В Русия положителна тенденция се забелязва за втората половина на 2017 г., където 60 % очакват растеж;

• в Азия/Тихоокеанския регион, Китай превъзхожда другите зони, където 70 до 85 % от компаниите обявяват средно увеличение за 3 периода. Това е случаят със само до 50 % от фирмите в Тайланд и 60 % средно за другите страни;

Диаграма:



2.Развитие на оперативната печалба

Изследването на 18 глобален барометър изследва еволюцията на оперативната печалба за 2016, в сравнение с предходната година.

Диаграмата, представена на следващата страница съчетава тези резултати с тези на предишните изследвания, които следят развитието на оперативните печалби от 2009 г. Той

подчертава резултатите от компании, обявяващи увеличение с повече от 10 % и тези обявяващи по-стабилен резултат (между-10 % и над 10 %) – виж бележката под линия. Подробните резултати показват, че повечето региони поддържат през 2017 доброто ниво на изпълнение записано в 2016;

• мнозинството от фирмите декларират увеличение от повече от 10 % от годишните печалби за 2016 г. в Мексико, САЩ, повечето страни в Азия/Тихоокеанския регион и Централна и Южна Америка (с изключение на Тайланд: 42 %; Китай: 19 % и Бразилия: 40 %);

• в Европа, 3 до 5 компании от 10 обявяват увеличение с повече от 10 % от годишните печалби за 2016 г. в повечето зони, освен в Обединеното кралство, които надминават с 57 % в тази ситуация;

• такава е подобната ситуация в Близкия изток (46 %), но в Южна Африка, само 6 % декларират повече от 10 % увеличение.

Бележка под линия:

Графиките, включени във втората част на този доклад ("подробни резултати за избрани страни или зони")допълват тези резултати, добавяйки процента от фирми с намаления в печалби или загуби.

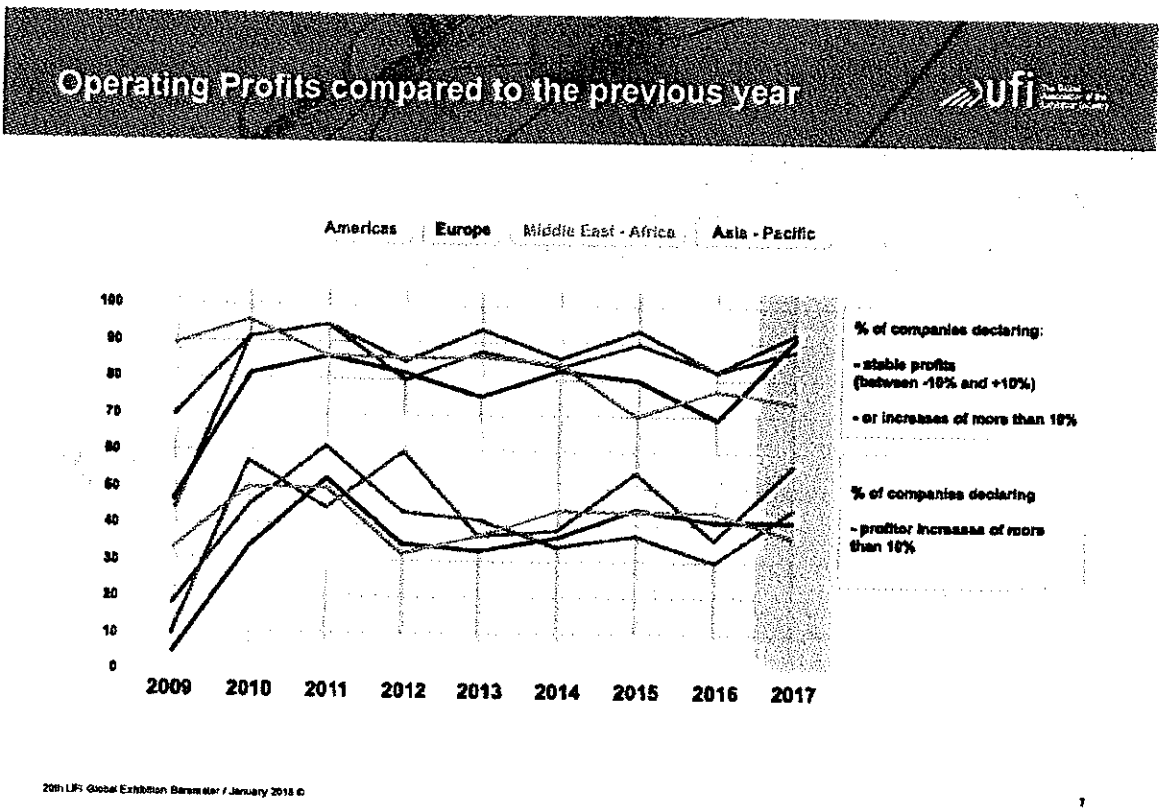
Графика:

Оперативната печалба в сравнение с предходната година

-% от фирмите обявяващи:

- стабилна печалба (между-10 % и +10 %) или увеличения на повече от 10 %

-% компании обявяващи, че печалбата се увеличава с повече от 10 %



2. Най-важните бизнес въпроси

Компаниите бяха помолени да се идентифицират трите най-важни въпроси за дейността им през следващата година от изготвен списък от на седем въпроса. Многобройни избори бяха предложени за да получите допълнителна представа за някои отговори.

Както и в предишните проучвания, около 80 % от всички отговори се отнасят до следните 4 теми:

• "Състояние на икономиката на вътрешния пазар" (25 % в сегашното проучване, 1 % в сравнение от преди 6 месеца)

• "Глобалното икономическо развитие"- (24 % в сегашното проучване,с 2 % по-малко в сравнение от преди 6 месеца)

• "Конкуренция от и в рамките на отрасъла" (20 % през текущия период, с 3 % повече в сравнение сот преди 6 месеца)

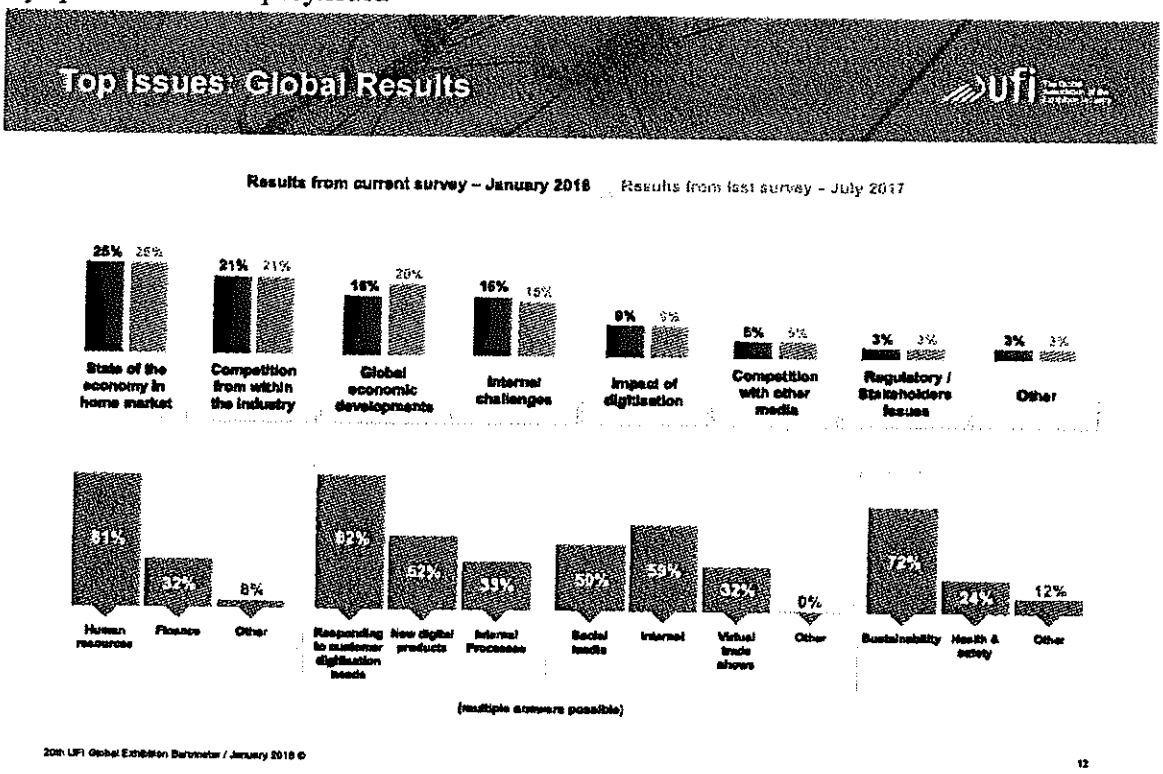
• "Вътрешни предизвикателства" (13 % в настоящия обзор), без промяна, където "Човешки ресурси" са посочени като най-важният аспект. Може да бъде отбелязано обаче, че в сравнение с резултатите от последното проучване, "Конкуренция в рамките на отрасъла" се изкачва с 3 %, спрямо първите 2 въпроса.

" Въздействие на цифровизацията"("Отговор на клиентските потребности за дигитализация ","Нови цифрови продукти"или"Вътрешни процеси"), "Конкуренция с другите медии"("Интернет","Социални медии","Виртуални търговски изложения"или "Други") и "регулаторни нормативи / заинтересованите страни, въпроси " ("Устойчивост", "здраве и безопасност" или "други) държи точно същото ниво както последното проучване.

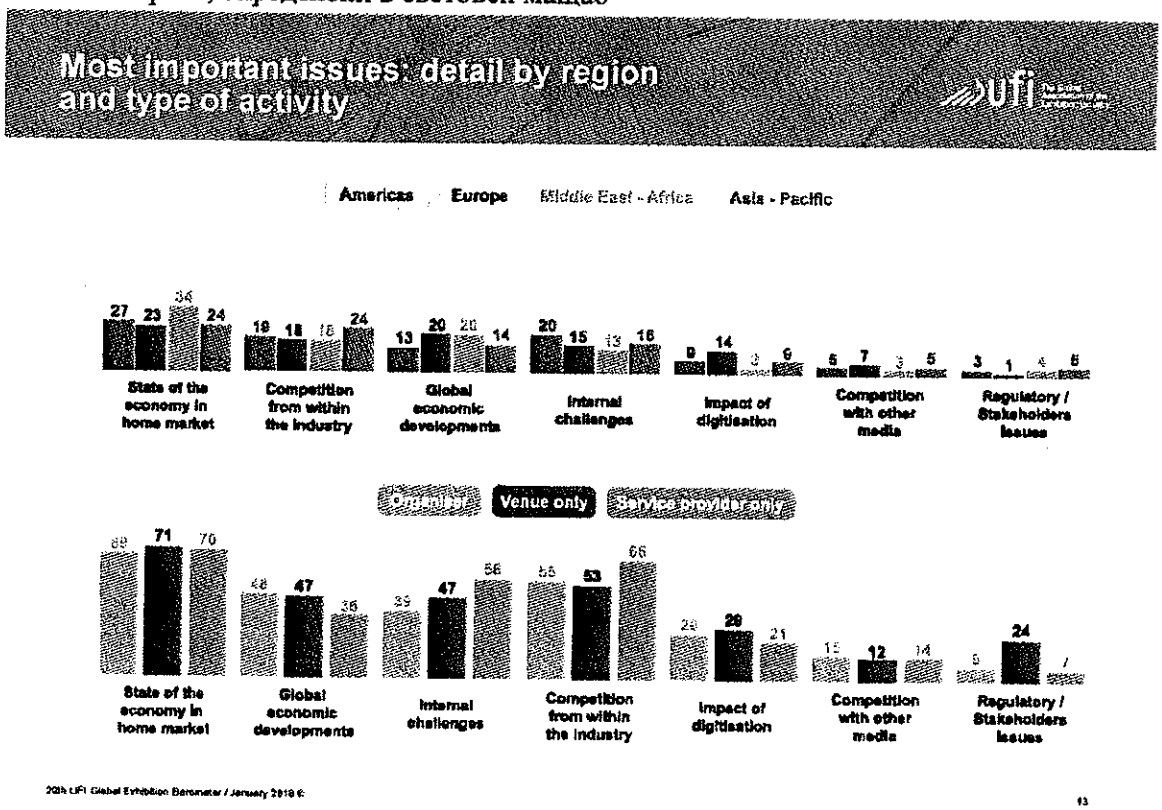
Следващия слайд показва консолидираният глобален резултат, включително по-нататъшни прозрения. Следващите страници дават информация по региони и по видове дейност (за 3 основни направления: "Организатор", "Само изложбен център" и "Само за доставчик на услугата"). Резултатите показват, че няма значителни разлики въз основа на тези критерии, с изключение на "Въздействие на цифровизацията", която не присъства толкова, общо казано, в Близкия изток и Африка, а също и сред "само изложбен център", но получава по-голямо значение в Германия (21 %) и в повечето страни в Централна и Южна Америка (20 %).

По отношение на "Само изложбените центрове " и "Конкуренция в рамките на отрасъла" става най- важният въпрос. Също така "Човешки предизвикателства" са оценени значително по-високо.

Графика-Глобални резултати



Графика- Най-важните въпроси: подробно по региони и тип активност за петте главни въпроса, определени в световен мащаб



4.Стратегически приоритети

Компаниите бяха помолени да споделят своите текущи приоритети по отношение на стратегията в две специфични области: обхват на дейностите и тяхното географско разполагане. Във всички региони, голяма част от фирмите възнамеряват да разработят нови дейности, или класически набор от дейности на изложбената индустрия (място на провеждане/организатор/услуги), други събития на живо или виртуални събития, или в двете:

67 % в Близкия изток и Африка,

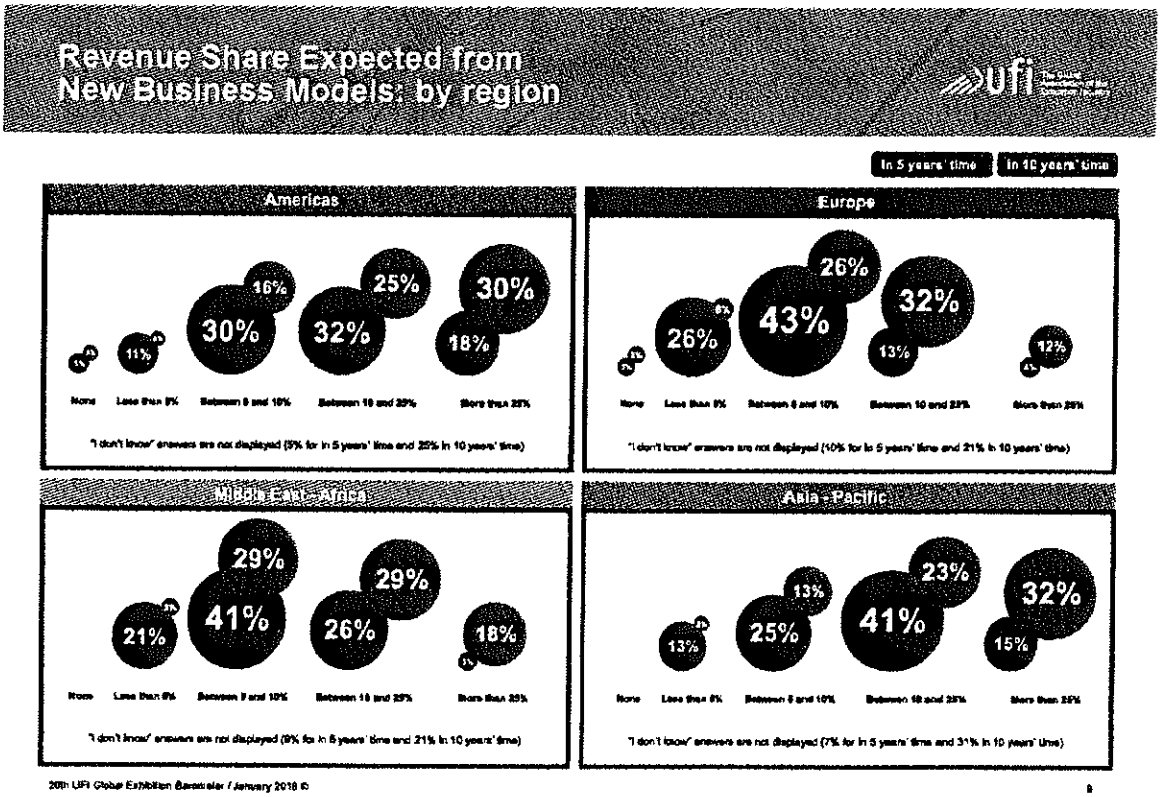
87 % в Азия / Тихия океан,

90 % в Европа и

96 % в двете Америки

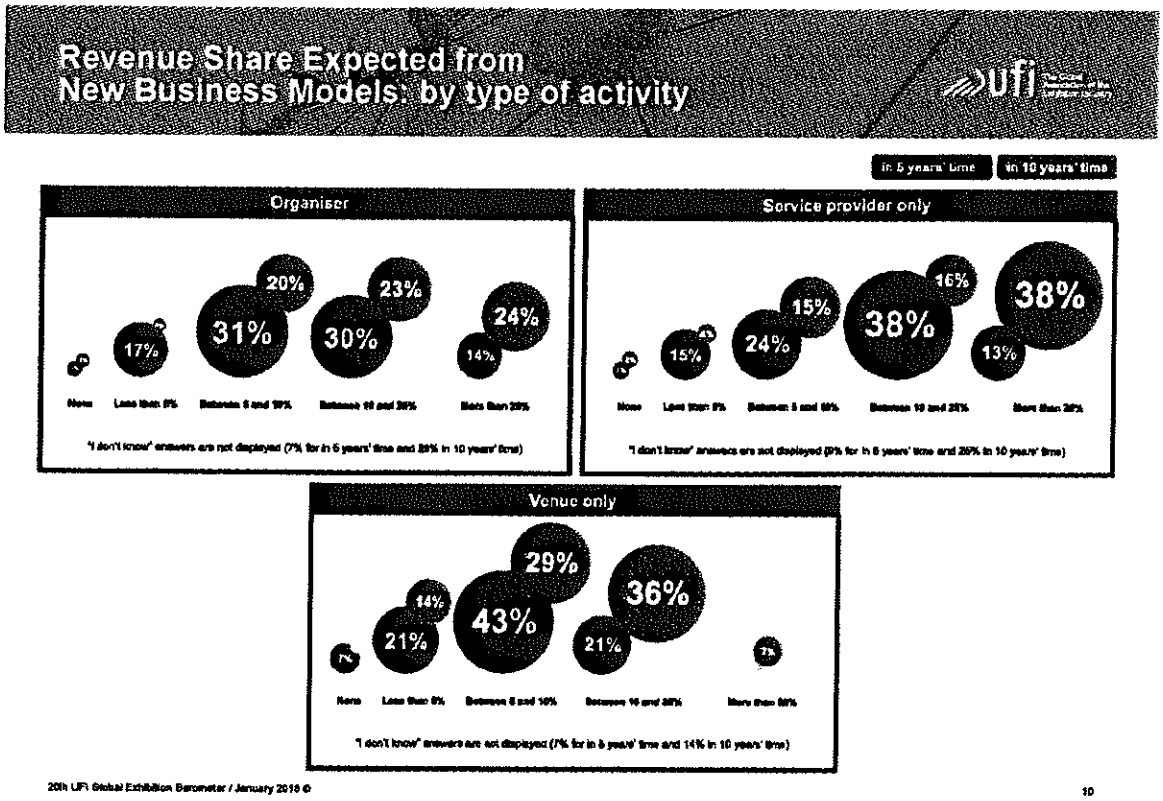
В условията на географска експанзия, 4 компании от 10 средно декларират намерението си да развие операции в нови страни, а процентът е много по-висок в Обединеното кралство (70 %), САЩ (67 %) и Близкия изток (57 %). Тези резултати също са описани подробно в следващите страници за основните сегменти на "компания тип" ("Организатор", "Само изложбен център" и "Само доставчик на услугата").

Графика: Настоящите стратегически приоритети, свързани с диапазона от дейности: резултати по географски зони

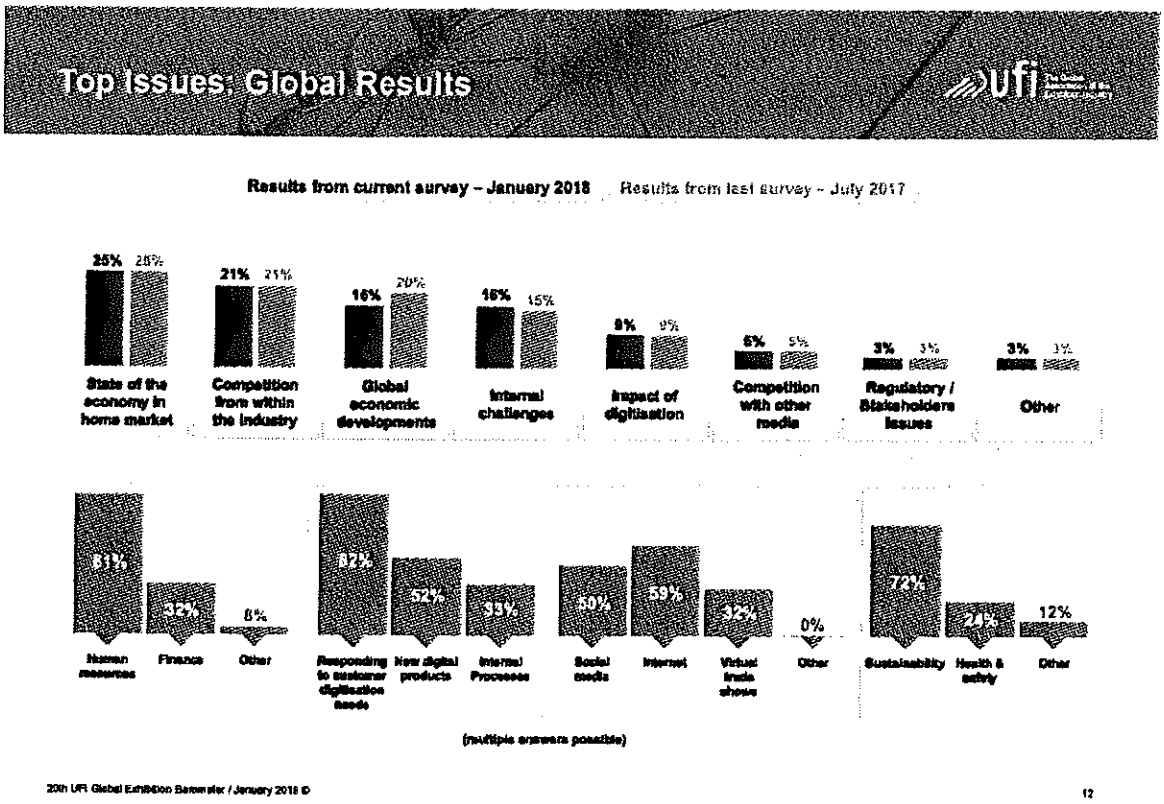


- Престой в настоящият обхват на дейности (като място, организатор и доставчик на услуги)
-разработка на нови дейности класическия обхват на изложбената индустрия (място/организатор/услуги)
-разработка на нови дейности в условията на виртуални събития и събития на живо

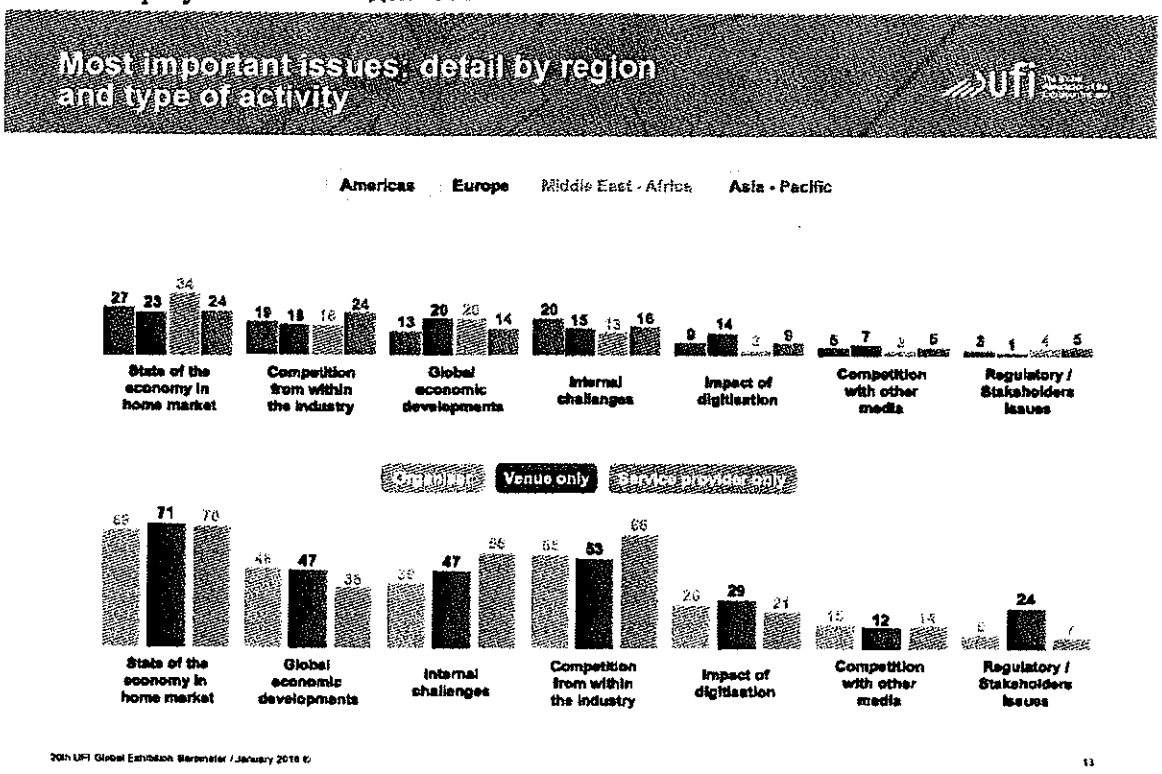
Графика: Настоящите стратегически приоритети, свързани с диапазонаот дейности: резултати по тип
дейности



Графика: Настоящите стратегически приоритети, свързани с диапазона от дейности: резултати по географски зони



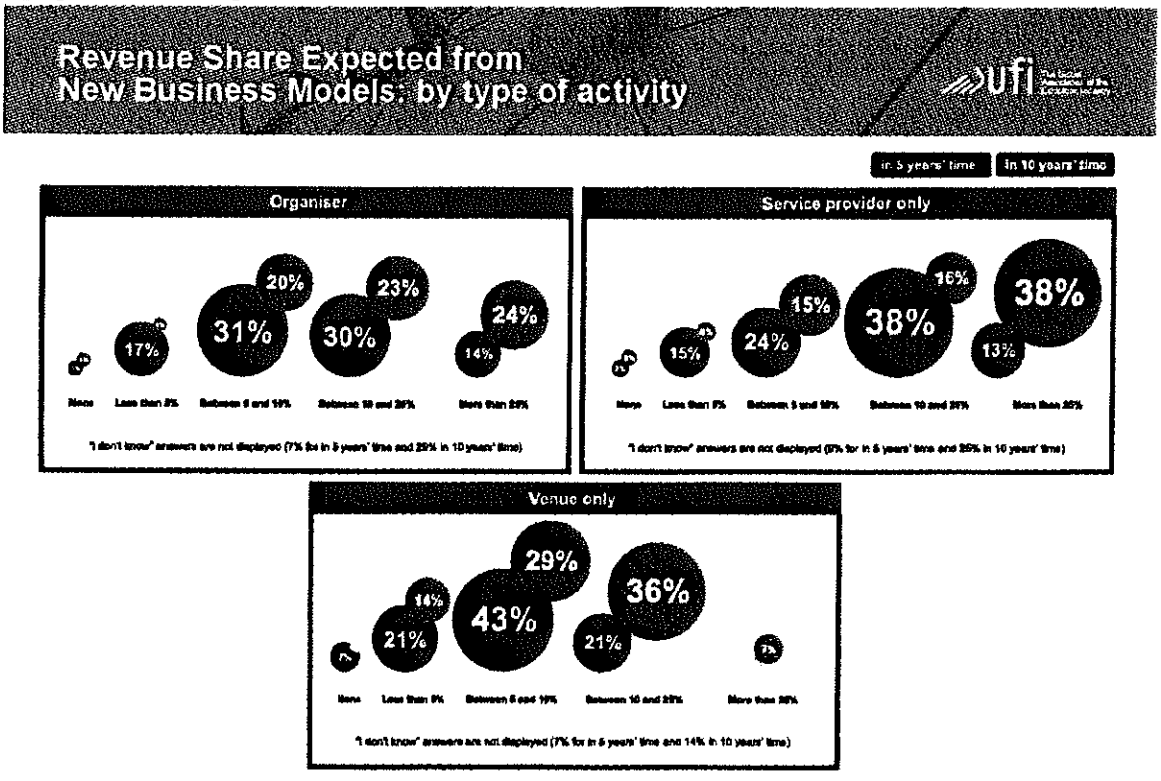
Графика: Настоящите стратегически приоритети, свързани с диапазонаот дейности: резултати по тип дейност



5. Резултати от последните политически развития

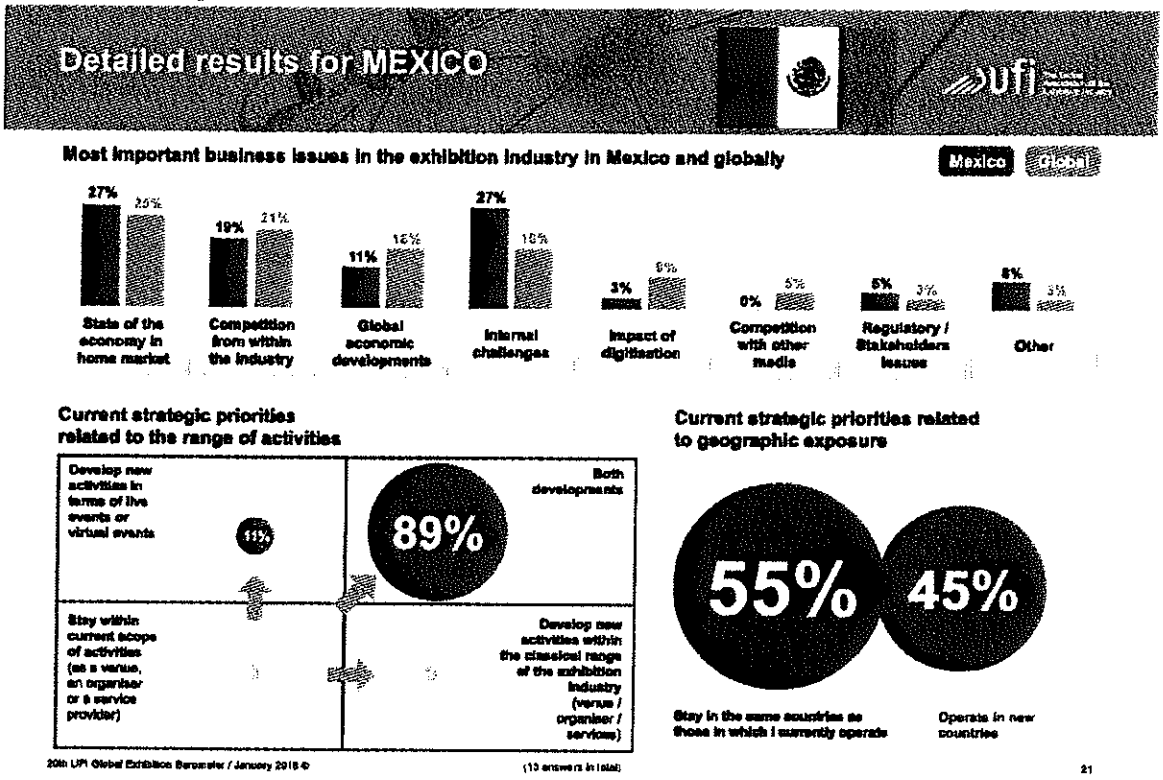
Този въпрос има за цел да оцени възприятията на влиянието върху международната търговия и изложбената индустрия поради последните големи политически събития (а именно гласуването на Брекзит във Великобритания, провалия превратв Турция и изборите за новият президент на САЩ).
45% от участниците в световен мащаб допускат ограничено или значително отрицателно въздействие на някои видове бизнес.
Резултати на местно ниво показват, че Мексико (60 %) и САЩ (54 %) докладват по-високи степени на загриженост. За сравнение само 1 от десет средно очакват някакво положително въздействие.
2 средно предвиждат да няма въздействие а между 2 и 3 не знаят или не са сигурни

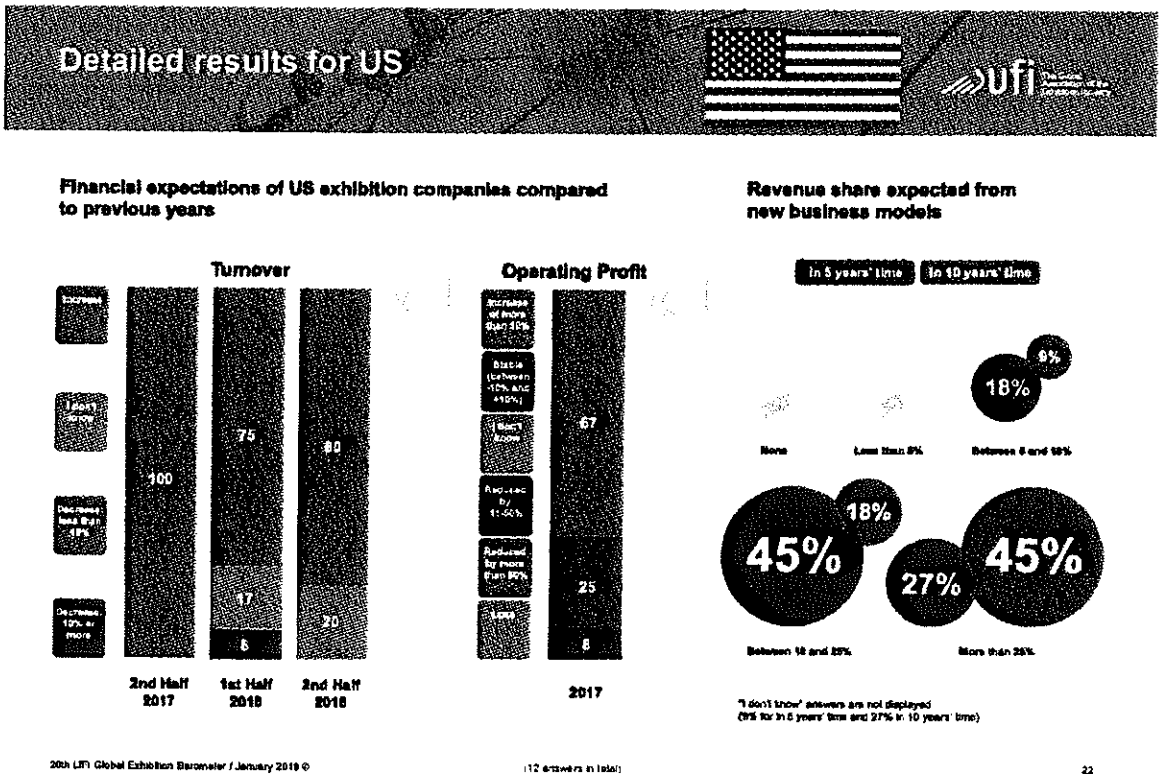
Графика:дял на приходите,очаквани от нови бизнес модели:по тип дейност



Въздействието на последните политически събития-гласуването в Обединеното кралство , провалия превратв Турция и за резултата от президентски избори в САЩ - множество големи политически събития предизвикват дискусии в изложбената индустрия.
Какъв вид въздействие за изложбената индустрия и Международния търговия очаквате?

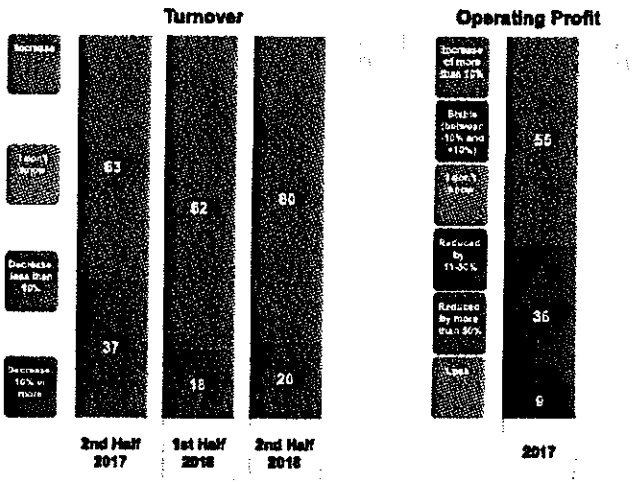
Част 2: Подробни резултати от 14 избрани държави и зони
Графики: подробни резултати за Мексико,САЩ,Бразилия,Германия,Италия,Русия,Великобритания,Европейските държави,Южна Африка,Близкия изток,Китай,Тайланд,Азия-Тихокеански регион



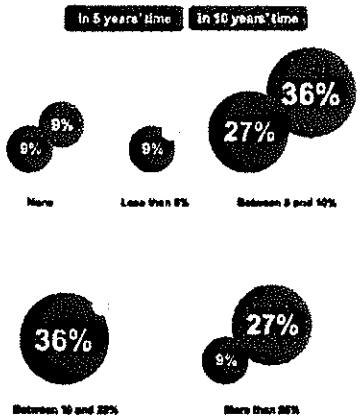


Detailed results for Brazil

Financial expectations of German exhibition companies compared to previous years



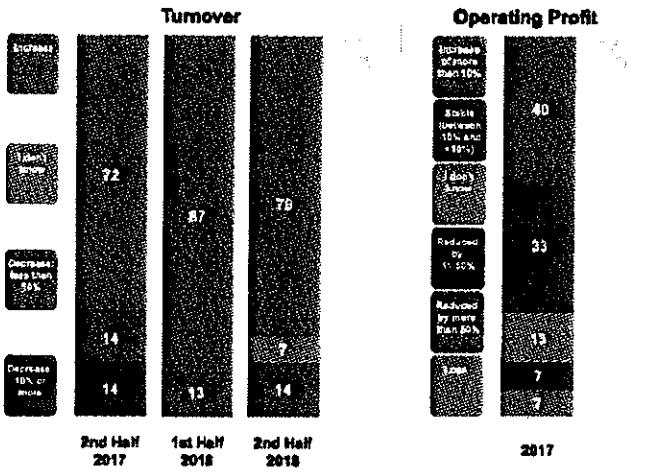
Revenue share expected from new business models



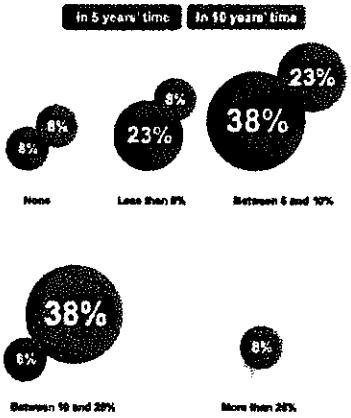
"I don't know" answers are not displayed
(9% for in 5 years' time and 27% in 10 years' time)

Detailed results for Germany

Financial expectations of German exhibition companies compared to previous years



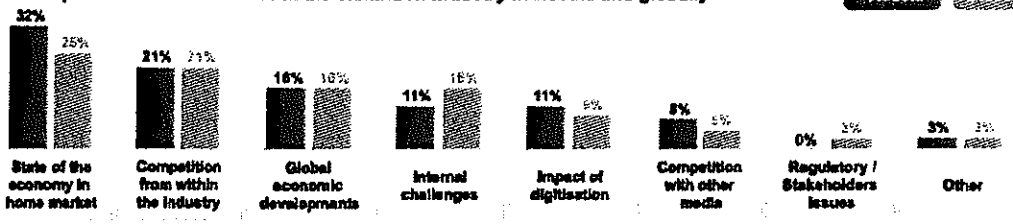
Revenue share expected from new business models



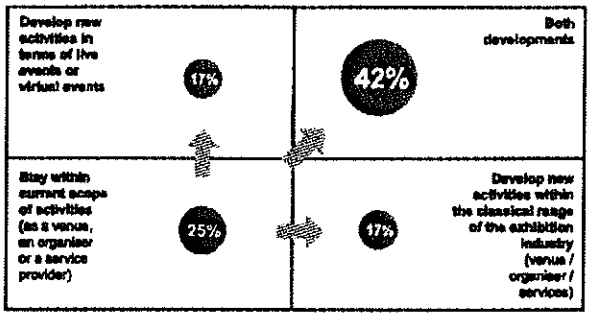
"I don't know" answers are not displayed
(23% for in 5 years' time and 18% in 10 years' time)

Detailed results for Russia

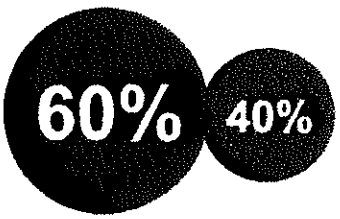
Most important business issues in the exhibition industry in Russia and globally



Current strategic priorities related to the range of activities

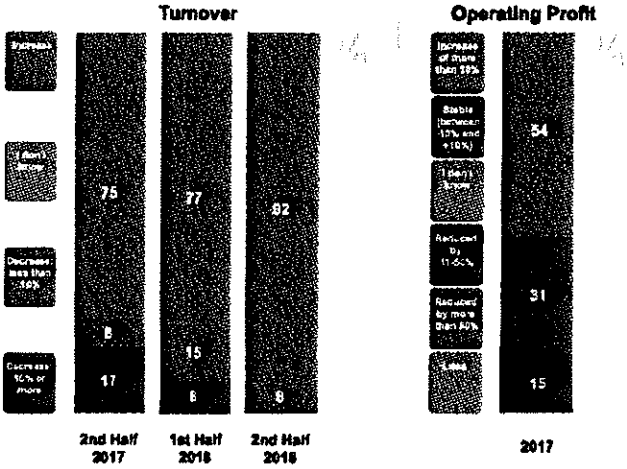


Current strategic priorities related to geographic exposure

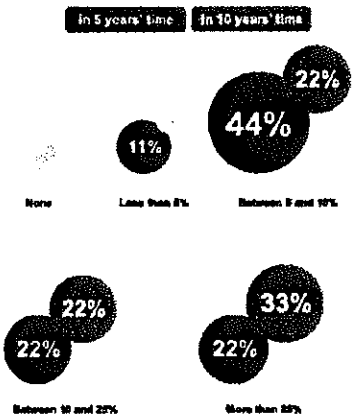


Detailed results for UK

Financial expectations of UK exhibition companies compared to previous years



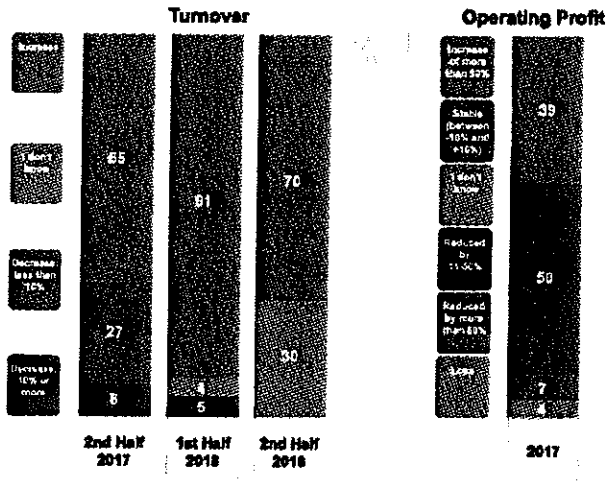
Revenue share expected from new business models



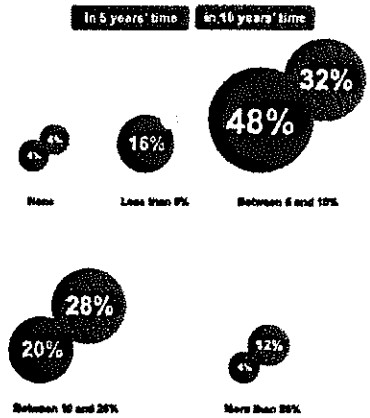
"I don't know" answers are not displayed
(0% for in 5 years' time and 22% in 10 years' time)

Detailed results for other countries in Europe

Financial expectations of other countries in Europe exhibition companies compared to previous years



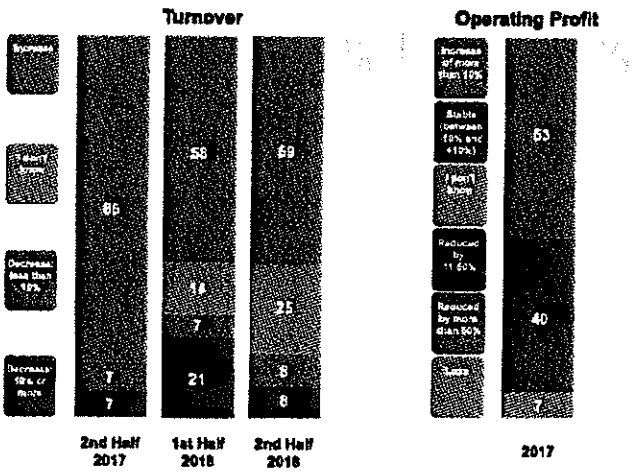
Revenue share expected from new business models



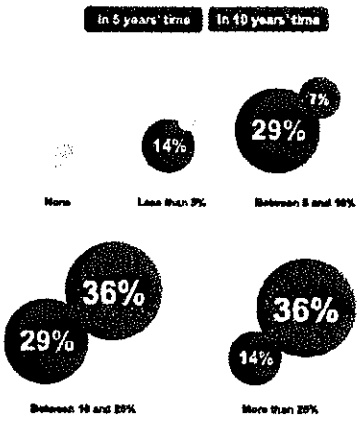
"I don't know" answers are not displayed
(6% for in 5 years' time and 24% in 10 years' time)

Detailed results for China

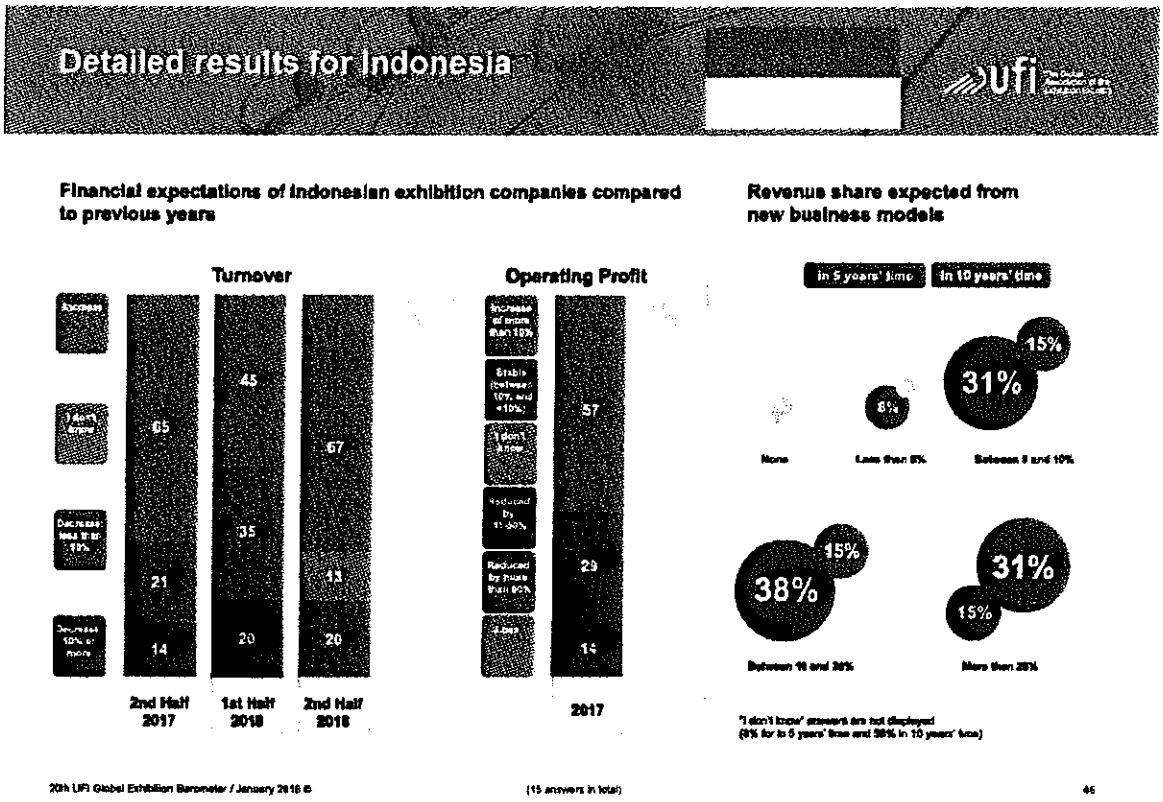
Financial expectations of Chinese exhibition companies compared to previous years



Revenue share expected from new business models



"I don't know" answers are not displayed
(14% for in 5 years' time and 21% in 10 years' time)



Заключение

Изследването на глобалният барометър е измерване на пулса на изложбената индустрия от 2008 г.

На 18-тото проучване, направено през януари 2017, беше отговорено от 240 компании от 54 страни. Резултатите са подробни за 14 географски зони, включващо 10 големи национални пазари. Резултатите от изследването показват, че въпреки продължаващото забавяне на глобалния икономически растеж и спад на предприемачеството на международно ниво, изложбената индустрия остава, и е насочена за продължаване на растежа през 2017. Отговорите показват,че оборота се увеличава за мнозинството от компаниите през 2017 г., след две години на относително стабилни нива на оперативната печалба.

САЩ, Мексико, Китай и Великобритания се представят над средното ниво. Бразилия и Русия също показват положителна тенденция на оборота, но само за 2017 .

В Германия и Италия все пак 2017 се появява на този етап по-слаба от 2016.

Когато попитахме за възможното въздействие на новите основни политически събития (като например Брексит във Великобритания, неуспешният превратв Турция и президентските избори в САЩ) на международно търговия и изложбената индустрия, 45% от участниците

предвиждат ограничено или значително отрицателно въздействие върху бизнеса.

На национално ниво: Мексико (60%) и САЩ (54%) докладват високи степени на загриженост. За сравнение средно само един на всеки десет анкетирани очаква последните политически развития да имат положително въздействие върху бизнеса.

Средно 20% не очакват никакво влияние, и 20-30% не са сигурни. Основен въпрос на глобалният барометър на ЮФИ е въпроса за "най-важните въпроси на бизнеса",пред които множество фирми в момента са изправени. Както бе случаят през последните години "Състояние на на националната/регионалната икономика" и "Глобалната икономическа несигурност" запазват своите водещи позиции, но и двете позиции получават малко по-малко внимание, отколкото преди шест месеца.

В контраст "Конкуренция от и в рамките на отрасъла" е видяла измеримо повишаване на значението, запълвайки дупката от предишните с разликата от другите два върхови въпроса.

"Въздействие на цифровизацията" получава голямо значение в Германия (21%) и повечето страни в Централна и Южна Америка (20%). Изработвайки стратегическият преглед на глобалната изложбената индустрия, барометъра показва продължаващата експанзия на изложбения бизнес и дейности в световен мащаб, както в местен национален мащаб, така и в новите географски пазари. Голяма част от компаниите от всички региони възнамеряват да разработят нови дейности, или в класическия диапазон на изложбената индустрия - дейност/изложбен център/организатор/, или в други живи или виртуални събития или и в двете.

Средно четири от десет компании също обявяват намерения да развиват операции в нови страни.

Тази цифра е особено висока за компании, базирани в Обединеното кралство (70%), САЩ(67%) и Близкия изток (57%).

II. „МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР ПЛОВДИВ" АД - ПЛОВДИВ - ОТЧЕТ ЗА ДЕЙНОСТТА И СЪСТОЯНИЕТО НА ДРУЖЕСТВОТО ПРЕЗ 2017 Г.

1. Основни изложбени показатели за 2017 г.:

2. СПРАВКА ПО ИЗЛОЖБИ

2.1. АГРА 2017

	Показатели	2016	2017	Изпълнение
1	ДИРЕКТНИ ИЗЛОЖИТЕЛИ			
	Брой страни	**20**	**20**	100%
	Директни общо	**385**	**378**	**98%**
	- бълг. производители	124	137	110%
	- бълг. дистрибутори	160	173	108%
	- чужди директни	101	68	67%
	БГ фирми общо	**284**	**310**	**109%**
	Чужди фирми общо	**101**	**68**	**67%**
2	ДОПЪЛНИТЕЛНО ПРЕДСТАВЕНИ (ИНДИРЕКТНИ) ФИРМИ			
	Брой страни	12	14	117%
	Индиректни общо	46	47	102%
	- чужди индиректни	46	47	102%
	- бг индиректни	0	0	
3	ИЗЛОЖБЕНИ ПЛОЩИ – НЕТО			
	Нето изл. Площи м2	**11 881**	**12 718**	**107%**
	Покрити площи	**6 183**	**6 074**	**98%**
	- бълг. производители	1 264	1 537	122%
	- бълг. дистрибутори	3 025	3 050	101%
	- чуждестранни	1 894	1 487	79%
	Открити площи	**5 698**	**6 644**	**117%**
	- бълг. производители	1 318	1 498	114%
	- бълг. дистрибутори	3 999	4 667	117%
	- чуждестранни	381	479	126%
	БГ фирми общо	**9 606**	**10 752**	**112%**
	Чужди фирми общо	**2 275**	**1 966**	**86%**

2.2. ВИНАРИЯ 2017

	Показатели	2016	2017	Изпълнение
1	ДИРЕКТНИ ИЗЛОЖИТЕЛИ			
	Брой страни	**8**	**8**	**100 %**
	Директни общо	**102**	**104**	**102 %**
	- бълг. производители	43	57	133 %
	- бълг. дистрибутори	32	31	91 %
	- чужди директни	27	16	59 %
	БГ фирми общо	**75**	**88**	**117 %**
	Чужди фирми общо	**27**	**16**	**59 %**
2	ДОПЪЛНИТЕЛНО ПРЕДСТАВЕНИ (ИНДИРЕКТНИ) ФИРМИ			
	Брой страни	13	13	100 %
	Индиректни общо	39	44	113 %
	- чужди индиректни	39	44	113 %
	- бг индиректни	0	0	
3	ИЗЛОЖБЕНИ ПЛОЩИ – НЕТО			
	Нето изл. Площи м2	**1 897**	**2 139**	**113 %**
	Покрити площи	**1 888**	**2 137**	**113 %**
	- бълг. производители	888	963	108 %
	- бълг. дистрибутори	783	954	122 %
	- чуждестранни	217	220	101 %
	Открити площи	**9**	**2**	**22 %**
	- бълг. производители	9	2	22 %
	- бълг. дистрибутори	0	0	0 %
	- чуждестранни	0	0	0 %
	БГ фирми общо	**1 680**	**1 919**	**114 %**
	Чужди фирми общо	**217**	**220**	**101 %**

2.3. ФУДТЕХ –ХОРЕКА ПЛОВДИВ 2017

	Показатели	2016	2017	Изпълнение
1	**ДИРЕКТНИ ИЗЛОЖИТЕЛИ**			
	Брой страни	**4**	**5**	125%
	Директни общо	**79**	**92**	**117%**
	- бълг. производители	26	38	146%
	- бълг. дистрибутори	15	23	153%
	- чужди директни	38	31	82%
	БГ фирми общо	**41**	**61**	**149%**
	Чужди фирми общо	**38**	**31**	**82%**
2	ДОПЪЛНИТЕЛНО ПРЕДСТАВЕНИ (ИНДИРЕКТНИ) ФИРМИ			
	Брой страни	2	0	
	Индиректни общо	2	0	
	- чужди индиректни	2	0	
	- бг индиректни	0	0	
3	**ИЗЛОЖБЕНИ ПЛОЩИ – НЕТО**			
	Нето изл. Площи м2	**933**	**902**	**97%**
	Покрити площи	**933**	**902**	**97%**
	- бълг. производители	341	459	135%
	- бълг. дистрибутори	439	399	91%
	- чуждестранни	153	44	29%
	Открити площи	**0**	**0**	
	- бълг. производители	0	0	
	- бълг. дистрибутори	0	0	
	- чуждестранни	0	0	
	БГ фирми общо	**780**	**858**	**110%**
	Чужди фирми общо	**153**	**44**	**29%**

В справката са включени:

Изложба	**2016**	**2017**
Фудтех	43 фирми / 685 м2	43 фирми / 585 м2
Вкусове от Италия	27 фирми / 100 м2	38 фирми / 150 м2
Хорека Пловдив	9 фирми / 148 м2	11 фирми / 167 м2
	79 фирми / 933 м2	92 фирми / 902 м2

2.4. ПРИРОДА ЛОВ РИБОЛОВ 2017

No	Показатели	2016	2017	Изпълнение %
	Директни изложители			
1	**Брой страни**	**1**	**2**	200 %
2	**Брой фирми**	**53**	**68**	128 %
	- бълг. производители	31	33	107 %
	- бълг. дистрибутори	22	34	155 %
	- чуждестранни	0	1	%
	Български фирми ОБЩО	**53**	**67**	126 %
	Чуждестранни фирми ОБЩО	**0**	**1**	%
	Индиректни изложители			
2a	**Брой страни**	**0**	0	%
	Брой фирми	**0**	0	%
	Български фирми ОБЩО	0	0	%
	Чуждестранни фирми ОБЩО	0	0	%
	Площи			
3	**Нето изл. Площи м2**	**442**	**787**	178 %
	- покрити	**412**	**681**	165 %
	- бълг. производители	226	302	134 %
	- бълг. дистрибутори	186	364	196 %
	- чуждестранни	0	15	%
	- открити	**30**	**106**	353 %
	- бълг. производители	0	0	%
	- бълг. дистрибутори	30	106	35, %
	- чуждестранни	0	0	%
	Български фирми ОБЩА ПЛОЩ	**442**	**772**	175 %
	Чуждестранни фирми ОБЩА ПЛОЩ	**0**	**15**	%

2.5. МЕЖДУНАРОДЕН ТЕХНИЧЕСКИ ПАНАИР 2017

No	Показатели	2016 окончателна	2017 окончателна	Промяна %	разлика
1	**ПРЕДСТАВЕНИ ДЪРЖАВИ**				
	Брой страни – Директни излож.	**22**	**22**	0%	0
	Брой страни – Представ. фирми	35	29	-17%	-6
2	**ИЗЛОЖИТЕЛИ - ДИРЕКТНО УЧАСТИЕ**				
	Директни общо	***388***	***343***	-12%	-45
	- бълг. дистрибутори	192	158	-18%	-34
	- бълг. производители	83	70	-16%	-13
	- чужди директни	113	115	2%	2
	Български директни	**275**	**228**	-17%	-47
	Чуждестранни директни	**113**	**115**	2%	2
	допълнително представени (индиректни) фирми				
	Индиректни общо	***175***	***226***	29%	51
	- чужди индиректни	175	223	27%	48
	- бълг. индиректни	0	3		3
3	**ИЗЛОЖБЕНИ ПЛОЩИ – НЕТО**				
	Нето изл. Площи м2	**16 287**	**19 014**	17%	2727
	- покрити	**7 404**	**8 188**	11%	784
	- бълг. дистрибутори	4 632	2 855	-38%	-1777
	- бълг. производители	925	3 729	303%	2804
	- чуждестранни	1 847	1 604	-13%	-243
	- открити	**8 883**	**10 826**	22%	1943
	- бълг. дистрибутори	7 490	8 908	19%	1418
	- бълг. производители	1 213	1 635	35%	422
	- чуждестранни	180	283	57%	103
	BG	**14 260**	**17 127**	20%	2867
	Non BG	**2 027**	**1 887**	-7%	-140

Обобщена справка по изложби

ИЗЛОЖБИ	Брой страни	Покрита площ	Открита площ	Обща площ	ДИ	ПИ	Общо фирми	ПФ
Услуги и информация	7	341	60	**401**	20	18	38	5
АВТОСВЯТ	1	0	2 332	**2 332**	12	0	12	0
АУТОТЕХ	6	317	543	**860**	24	5	29	9
АКВАТЕХ	3	76	22	**98**	7	2	9	5
ЕЛТЕХ	7	459	75	**534**	22	6	28	4
ЕНЕКО	7	97	343	**440**	17	8	25	5
Интермин Експо	2	12	1	**13**	2	1	3	1
ИНФОТЕХ	4	2 839	19	**2 858**	6	1	7	0
МАШИНОСТРОЕНЕ	11	3 530	1 187	**4 717**	96	19	115	146
СТРОЙТЕХ	10	292	6 241	**6 533**	54	6	60	50
ХИМИЯ	2	149	3	**152**	10	0	10	1
РОБОХАЙТЕХ	2	76	0	**76**	5	2	7	0
ОБЩО	**22**	**8 188**	**10 826**	**19 014**	**275**	**68**	**343**	**226**

Подреждане на изложбите:

по площ		
СТРОЙТЕХ	6 533	34,36%
МАШИНОСТРОЕНЕ	4 717	24,81%
ИНФОТЕХ	2 858	15,03%
АВТОСАЛОН	2 332	12,26%
АУТОТЕХ	860	4,52%
ЕЛТЕХ	534	2,81%
ЕНЕКО	440	2,31%
Услуги и информация	401	2,11%
ХИМИЯ	152	0,80%
АКВАТЕХ	98	0,52%
РОБОХАЙТЕХ	76	0,40%
Интермин Експо	13	0,07%
ОБЩО	**19 014**	**100%**

по брой фирми		
МАШИНОСТРОЕНЕ	115	33,53%
СТРОЙТЕХ	60	17,49%
Услуги и информация	38	11,08%
АУТОТЕХ	29	8,45%
ЕЛТЕХ	28	8,16%
ЕНЕКО	25	7,29%
АВТОСАЛОН	12	3,50%
ХИМИЯ	10	2,92%
АКВАТЕХ	9	2,62%
РОБОХАЙТЕХ	7	2,04%
ИНФОТЕХ	7	2,04%
Интермин Експо	3	0,87%
ОБЩО	**343**	**100%**

2.6. МЕДИКУС ДЕНТО ГАЛЕНИЯ 2017

Показатели	2016 Окончателна	2017 Окончателна	Изпълнение %
Директни изложители			
Брой страни	**6**	**5**	83 %
Брой фирми	**82**	**82**	**100 %**
- бълг. производители	21	18	86 %
- бълг. дистрибутори	55	55	100 %
- чужди директни	6	9	150 %
Български фирми ОБЩО	**76**	**73**	**96 %**
Чуждестранни фирми ОБЩО	**6**	**9**	**150 %**
Индиректни участници			
Брой страни	11	17	**155 %**
- индиректни общо	24	41	**171 %**
- бълг. индиректни	0	0	%
- чужди индиректни	24	41	171 %
Площи нето			
Нето изл. Площи м2	**1 218**	**1 327**	**109 %**
- бълг. производители	248	226	91 %
- бълг. дистрибутори	907	1 021	113 %
- чуждестранни	63	80	127 %
Български фирми ОБЩО	**1 155**	**1 247**	**108 %**
Чуждестранни фирми ОБЩО	**63**	**80**	**127 %**

3. ДЕЛОВИ ПРОЯВИ 2017 ГОДИНА

№	ПРОЯВИ	ОБЩ БРОЙ	ПРИХОДИ в лв. без ДДС
I.	Делови прояви в рамките на панаири и изложби	11	13181.61
1.	Агра	3	8604
2.	Италиански Фестивал	2	958.35
3.	Фудтех, Хорека	2	2674.66
4.	Технически панаир	4	944.6
II.	Текущи прояви в зали	65	63417.57
III.	Договори - спортни, музикални и др. прояви в палати	55	391024.79
	ОБЩО:	131	467 623.97

Заб.: За сравнение - за 2016 г общите приходи са 226825лв.

4. РЕКЛАМНА ДЕЙНОСТ – приходи за 2017 г.

ПРИХОДИ РЕКЛАМА 2016 и 2017		
ПО ПРОЯВИ в лева, с ДДС:	**2017**	**2016**
АГРА	16 663.04	24 621,04
ВИНАРИЯ	1116.78	508,52
МЕЖДУНАРОДЕН ТЕХНИЧЕСКИ ПАНАИР	14 686.09	30 488,71
МЕДИКУС ДЕНТО ГАЛЕНИЯ	551.54	0
ПРИРОДА ЛОВ РИБОЛОВ	246.43	1 353,43
КОСЕР ЕКСПО	0	6 225,11
ОБЩО ПРИХОДИ ОТ ПРОЯВИ:	**33 263.88**	**63 196,81**
ПРИХОДИ ОТ РЕКЛАМА, ИЗВЪН ПРОЯВИ в лева, с ДДС:	**60 713.03**	**35 390,82**
Общо в лева, с включен ДДС	**93 976.91**	**98 587,63**

ФИНАНСОВИ ПОКАЗАТЕЛИ НА БАЛАНСА И ОТЧЕТА ЗА ДОХОДИТЕ НА „МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР ПЛОВДИВ“ АД КЪМ 31.12.2017 г.

През отчетната 2017 г. дружеството отчита приходи в размер на 8922 хил.лв, които са реализирани, както следва:

	2017 (х. лв.)	2016 (х. лв.)
- Приходи от Панаири и изложби и ДА	8707	6717
- Приходи от ресторантьорство	0	2282
- Приходи от хотелски услуги	0	1377
- Приходи от продажба материали	111	259
- Други приходи	104	389
Всичко приходи:	**8922**	**11024**

В другите приходи са включени приходи от допълнителни услуги към дейноста, отписани задължения, излишъци на СМЦ, паркинги, входни билети, наем зали и други.

Разходите по икономически елементи са:

	2017 (х. лв.)	2016 (х. лв.)
- Разходи за материали	1986	3480
- Разходи за външни услуги	2934	3090
- Разходи за амортизации	2990	3308
- Разходи за персонала	1447	2964
- Разходи за социално осигуряване	263	509
- Други разходи	996	1279
Всичко разходи:	**10616**	**14630**

Разходите за материали и консумативи включват енергийни продукти, вода,суровини и консумативи за потребление, балансова стойност на продадените стоки и други.

Външните услуги включват основно наеми , пощенски и телефонни разходи, разходи за реклама, маркетинг, текущи ремонти, граждански договори, охрана, пожароизвестяване, застраховки и др.

Другите разходи включват местни данъци и такси, командировки, представителни разходи, членски внос, глоби, неустойки , отписани вземания и др.

Финансови приходи:

	2017 (х. лв.)	2016 (х. лв.)
- Приходи от лихви	766	398
- Положителни разлики от опер.с финансови активи		16690
Всичко финансови приходи:	**767**	**17088**

Финансови разходи:

	2017 (х. лв.)	2016 (х. лв.)
- Разходи за лихви по заеми и привл.ср-ва	2666	1255
- Отрицателна курсова разлика	2	3
- Други финансови разходи	1810	1416
- Отрицателни разлики от операции с фин.акт.		87
Всичко финансови разходи:	**4478**	**2761**

Дружеството приключва със загуба от цялостната дейност за 2017г. в размер на 5324 хил.лв.

Основният капитал на дружеството възлиза на 56 257 хил.лв.

ОТЧЕТ НА ДЕЙНОСТТА НА СЪВЕТА НА ДИРЕКТОРИТЕ. ДАННИ ЗА ОБСТОЯТЕЛСТВАТА ПО ЧЛ. 247, АЛ.2 ОТ ТЗ.

За всички заседания на Съвета на директорите на "МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР ПЛОВДИВ" АД- гр. Пловдив, проведени през 2017г. (присъствени или неприсъствено) са съставени надлежно протоколи. Нито едно от взетите решения на СД не е атакувано по съдебен ред или отменено по предвидения в Търговския закон ред.

Към 31.12.2017г. Съветът на директорите на дружеството е в следния състав, съгласно вписванията на съответните промени в търговския регистър, воден от Агенция по вписванията към Министерство на правосъдието:

„ПЪЛДИН ТУРИНВЕСТ" АД - Пловдив, с представител за изпълнение на задълженията му в Съвета на директорите по чл. 234 ал.1 от ТЗ – ЦВЕТОМИР ГЕОРГИЕВ ГЕРГОВ – председател на СД и изпълнителен член

„ПАРК-ХОТЕЛ САНКТ ПЕТЕРБУРГ" АД- гр. Пловдив, с представител за изпълнение на задълженията му в Съвета на директорите по чл. 234 ал.1 о ТЗ - БОГОМИЛ АНГЕЛОВ БОНЕВ - член и изпълнителен директор

ЕЛЕНА ЯНКОВА АНДРЕЕВА - член

През 2017г. от членове на Съвета на директорите не са постъпвали писмени уведомления за сключване на сделки по смисъла на чл. 240 б от Търговския закон и не са налице сключени сделки в нарушение на ал.2 на цитирания законов текст.

През 2017г., възнагражденията, получени от членовете на Съвета на директорите на дружеството, възлизат общо на 69 х.лв.

През отчетната година членовете на Съвета на директорите не са придобили, и/или прехвърляли акции и облигации на дружеството.

Членовете на Съвета на директорите на дружеството не притежават специални права за придобиване и притежаване на акции и облигации, различни от тези за останалите лица или акционери на дружеството.

Данни за обстоятелствата по чл. 247, ал.2, т.4 от Търговския закон

От настоящия състав на Съвета на директорите към 31.12.2017г.:

- няма членове, които да са участвали в търговски дружества като неограничено отговорни съдружници;
- участвали в управлението на други дружества: „ПЪЛДИН ТУРИНВЕСТ" АД гр.Пловдив, „ПАРК-ХОТЕЛ САНКТ ПЕТЕРБУРГ" АД гр.Пловдив и Елена Андреева не участват в управлението на други търговски дружества или кооперации като прокуристи или членове на съвети.
- притежаване на повече от 25% от капитала на друго дружество към 31.12.2017г:

„ПЪЛДИН ТУРИНВЕСТ" АД Пловдив, притежава повече от 25% от капитала на „МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР ПЛОВДИВ"АД гр. Пловдив, от "ЦЕНТРАЛЕН УНИВЕРСАЛЕН МАГАЗИН ВАРНА" АД гр. Варна и от „СТАРИЯ ПЛОВДИВ"АД гр. Пловдив

През 2018г. Дружеството ще запази мероприятията от изложбената програма и ценовите равнища аналогично на тези през 2017г., като приоритет ще бъде обогатяването на съпътстващите програми към мероприятията на МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР ПЛОВДИВ АД с цел привличане на повече изложители и посетители, както и разширяване кръга от предоставяни услуги, ще се акцентира и върху работата с представителите на МЕЖДУНАРОДЕН ПАНАИР ПЛОВДИВ АД в чужбина за привличане на чуждестранни изложители и организирани посетители. Ще се задълбочи и работата с изложители, които са прекъснали представянията си в организираните от Международен Панаир Пловдив мероприятия с цел обратното им привличане. Ще се запази действащата политика по отношение развитие на персонала.

20.03.2018г. Председател на СД: .....