

## Slučaj građanina Dobrivoja Tanasijevića

Medij - Rubrika: DANAS - Dodatak

Datum: Pon, 11/06/2012

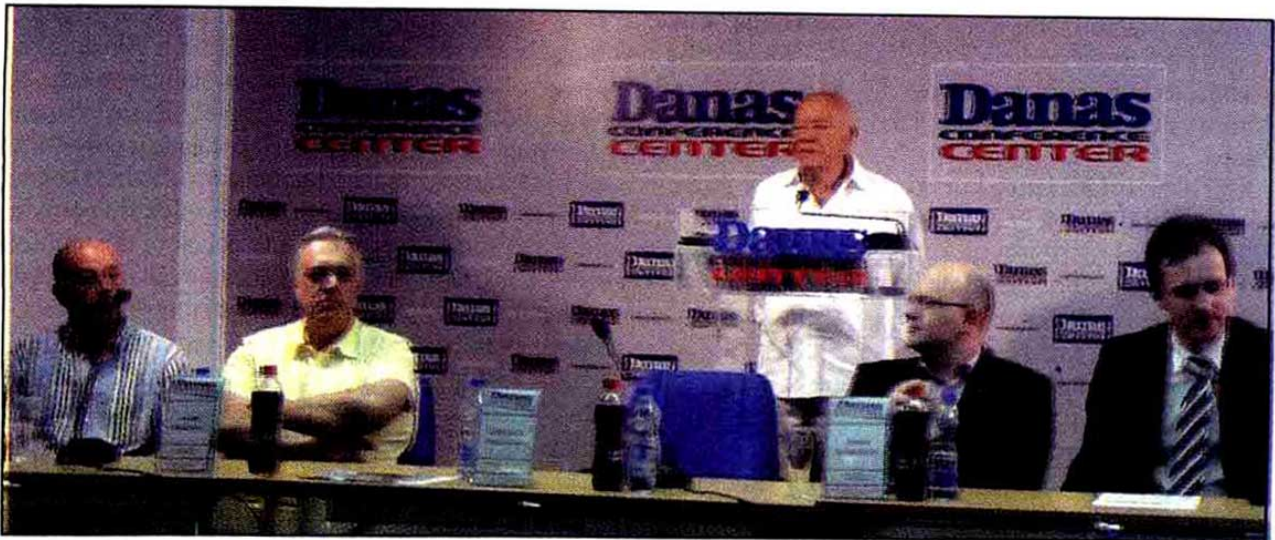
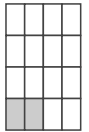
Površina članka: 3142cm2

Strana: I

Zemlja: Srbija

Autor: Željko Pantić

Deo: 1/4

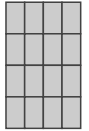


## Slučaj građanina Dobrivoja Tanasijevića

Strane III-VI

Medij - Rubrika: DANAS - Dodatak  
Datum: Pon, 11/06/2012  
Površina članka: 3142cm2  
Strana: III

Zemlja: Srbija  
Autor: Željko Pantić  
Deo: 2/4



EKONOMIJA ZABAVE - INVESTICIONI MODELI EKONOMSKOG RAZVOJA  
EKONOMIJA ZABAVE - TEHNOLOGIJA I EKONOMSKI RAZVOJ

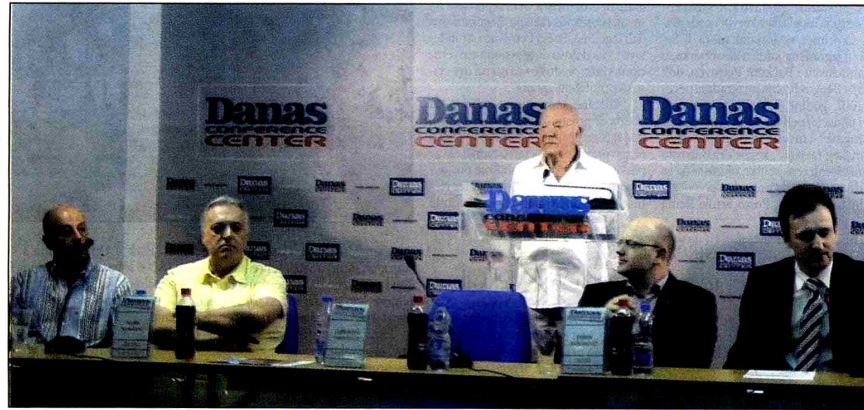
# Slučaj građanina Dobrivoja Tanasijevića

ŽELJKO PANTIĆ

„N a zahtev države, doveo sam jednog od najuticajnijih ljudi iz sveta filmske industrije da investira u Avala film, koji je nakon što je duplirao početnu cenu koja je tražena od države, odbijen bez reči.“ „Moj prijatelj iz Izraela, želeo je da na ime prijateljstva sa mnom, pokloni Srbiji najmoderniju mašinu koja vredi preko pet miliona evra i koristi se za operacije srca, ali sam od zvaničnika države Srbije dobio zahtev da kupu tu mašinu, kada sam rekao da to ne može, da je to donacija, rekli su da im ta mašina ne treba.“ I tako u nedogled, građanin Dobrivoje Tanasijević, pokušavao je, uglavnom bez uspeha, na razne načine da svojoj zemlji pomogne, dovodeći investitore u rudnike, golf terene, sportsku infrastrukturu, industriju zabave... Ipak, možda je građanin Dobrivoje Tanasijević najviše pomogao svojoj zemlji time što je svojim vapajem tokom rasprave na konferenciji o ekonomiji zabave, otkrio mnogo toga o državi u kojoj živimo, i nehotice ispisao optužnicu zbog koje bi u bilo kojoj državi koja drži do sebe, neko morao da napipa robiju.

A svojoj zemlji, čovek koji je postao uticajan i bogat u Americi, želeo je da pomogne svojim brojnim vezama, koje je gradio kroz decenija uspeha u svetskoj prestonici zabave, Holivudu. Veliki filmski starovi, direktori najvećih multinacionalnih korporacija, milijarderi sa sve četiri strane sveta, vlasnici najvećih američkih klubova u kosarci, bejzbolu, hokeju ili američkom fudbalu, samo su neki od ljudi koji se iz prve javljaju na poziv građanina Dobrivoja Tanasijevića. Kada se glasa za to ko će dobiti Oskara, jedan i jedini sa ovih prostora, koji ima pravo glasa upravo je građanin Dobrivoje Tanasijević, tako da je njegov elitni restoran „Dan Tanaš“ već skoro pet decenija mesto na kome holivudska elita nedeljama čeka pravo na rezervaciju svog mesta i svog stola, verovatno ne samo zbog dobre italijanske kuhinje. Takav čovek u Srbiji dobio je nadimak „Američki konobar“ od ovdavnog ološa, i možda upravo taj nadimak puno govori o prirodi društva u kome živimo i o tome zašto je 90 posto ljudi koji su hteli pošteno da uspeju, to moralo da radi jako daleko od svoje zemlje. Daleko od zemlje u kojoj drmaju oni koji neće besplatno, već baš hoće našim parama da kupe, i koji neće prihodu za državu Srbiju od 20 miliona dolara, već baš hoće samo 10 miliona. O različito se, naravno, dogovoriti.

Upravo zato, ne čudi što je tema o ekonomiji zabave nešto što je ispod



časti našim političkim gigantima. Kakvi rolokosteri, kakav Miki Maus, kakav akva park. Dok mi ne rešimo pitanje penzija, lekova, Kosova, mira u svetu i smanjenja javne administracije, nema vremena za takve ludorije. Ali ipak, makar namigivali slepima i dovikivali gluviama, vredi spomenuti da je danas upravo Miki Maus jedna od vodećih grana ekonomije u Francuskoj, da je upravo Diznilend Pariz postao sedam puta poželjnija turistička atrakcija od bilo čega drugog u Parizu, dok samo u tamošnjim najvećim šoping mol Evrope godišnje dolazi i kupuje preko 20 miliona ljudi. O preko 30 hiljada novih stanovnika koji sada tamo žive u novoizgrađenim kućama u cveću,

i činjenica da je akva park u Jagodini, koji je u najmanju ruku poluprofessionalno osmišljen kao projekat, pokazao da se i te kako može generisati ozbiljan novac, ne samo od posetilaca iz Srbije, već i od Turaka koji su tokom leta na proputovanju iz Evrope ka Turskoj, ali i od ostalih posetilaca Srbije koji su na proputovanju, a kojih je u proseku tri puta više od onih koji dolaze u Srbiju kao turisti. Kad smo već kod Turaka, prezentacija turske kompanije Polin, koja je globalni lider na tržištu opreme za akva parkove, pokazala je sav potencijal i zapanjujući rast ove industrije i koliko stotina projekata širom sveta radi samo jedna od kompanija koja se bavi ovim biznisom,

kontinentalni gradovi, mogu generisati milione evra prihoda od jednog dobro i profesionalno osmišljenog projekta akva parka.

Nedavni požar u bioskopu Kožara, ponovo nas je podsetio da je model zabave u kojoj se u bioskop dolazi samo zbog gledanja filma, doživeo svoj ekonomski slom, i da se na ključnim lokacijama u Beogradu nalazi veliki broj bioskopa koji godinama stoje prazni i napušteni. U istom tom gradu, moderni multipleks bioskopi, sa 3D ili 6D projekcijama, imaju veoma zadovoljavajuće rezultate, ali taj uspeh nije plod same ponude, koliko činjenice da je taj sadržaj integrisan u centar u kome se pored filma, postoji i kuglana, igraonica za decu, prodavnice, kafici... Ono što moderna ekonomija zabave nosi jeste izlazak filmske tehnologije iz bioskopa, i primena novih 3D ili 6D tehnologija u sklopu zabavnih parkova ili čak zoo vrtova. Kada je reč o Srbiji, uspeh multipleks bioskopa govori o potencijalu koji postoji i za nove, napredne vidove investiranja u ovoj oblasti. Primer Beogradske arene, u kojoj se pored velikih koncerata, neretko mogu videti i prvoklasni zabavni programi, ukazuje na vrlo bitan potencijal koji u ovoj oblasti sa sobom nosi i moderna sportska infrastruktura. O zabavnim programima za decu u Beogradskoj areni, generalni direktor Dejan Petrićević, na konferenciji je govorio kao o „rudniku zlata“.

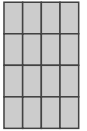
Govoreći o potencijalu industrije zabavnih parkova, građanin Dobrivoje Tanasijević možda je i jedini svodok iznutra, koji može da govori o tome kako je sve nastalo tokom pedesetih i šezdesetih godina prošlog veka, prilikom velike tranzicije Holivuda, kojom je pod pritiskom televi-

zije, filmska industrija odlučila da izvede film iz bioskopa i napravi prve zabavne parkove. Bilo je puno skepticizma, puno lokalne političke demagogije o arčanju poljoprivrednog zemljišta da bi se pravili zabavni parkovi površine grada Beograda, čak je i cena akcija Diznilenda na početku bila samo jedan dolar. Sada su vlasnici tih akcija za dolar, postali dolarski milioneri, i sve ostalo je istorija: Orlando je samo od poseta zabavnim parkovima tokom 2010. godine generisao posetu 52 miliona ljudi iz celog sveta uz direktan prihod od 24 milijarde evra, a u pitanju je grad koji ima isti broj stanovnika kao Beograd. Indirektni prihodi, idu i do 100 milijardi evra, ako se u jednačinu uključe prihodi koji nisu direktno vezani za zabavne parkove, poput šoping molova i outleta, koji i u pariskom Diznilendu generišu čak i veće pare i desetak posto više poseta od samih zabavnih parkova. Građanin Dobrivoje Tanasijević, koji lično poznaje vlasnike Univerzal Studija i Diznija, i čija je ćerka radila deset godina na projektu pariskog Diznilenda, izneo je procenu da ukupni uspeh pariskog Diznilenda znači samo jedno. Da će u narednih deset do petnaest godina u ovom delu Evrope, sasvim sigurno biti izgrađen još jedan veliki zabavni park. I da će, ukoliko Srbija nastavi sa samoublačkim raspitivanjem investitora zarad koruptivnih interesa političke elite, takva investicija završiti u nekoj državi regiona, umesto u Srbiji. Upravo zato, slučaj građanina Dobrivoja Tanasijevića govori neprocenjivo puno o prirodi Srbije kao države, naravno, onima koji žele da vide. Onima koji i nakon ovoga i dalje vide samo američkog konobara, ni dragi Bog ne može pomoći.

**Ipak, možda je građanin Dobrivoje Tanasijević najviše pomogao svojoj zemlji time što je svojim vapajem tokom rasprave na konferenciji o ekonomiji zabave, otkrio mnogo toga o državi u kojoj živimo, i nehotice ispisao optužnicu zbog koje bi u bilo kojoj državi koja drži do sebe, neko morao da napipa robiju**

nekih 9 hiljada hotelskih soba ili biznis parku sa stotinama kompanija iz celog sveta, da ne govorimo. A u planu je i nova sportska arena. Industrija zabavnih parkova potpuno je redefinisala globalni turizam, i postala jedan od vodećih izvora turističkih prihoda. To je jedan od najzobiljnijih izvora investicionih prihoda, a Srbija nije izuzetak. Beograd još uvek, niko ne zna zašto, čeka svoj akva park, što je samo po sebi apsurd prvog reda, i spada u još jedno od čuda o kojima je govorio građanin Dobrivoje Tanasijević. Da ovo nije neka investicija koja je namenjena isključivo bogatim državama govori

koja je jedan od nekoliko igrača na tržištu. Kriza u evro zoni, dovela je do rasta posete u zabavnim parkovima, zato što ljudi koji nemaju novac za skupotovanje van svoje zemlje, mnogo češće dolaze u zabavne i akva parkove koji su u njihovim gradovima. Nema razloga za sumnju da bi nešto slično svakako moglo da se desi i u Srbiji, gde će već od ovog leta Hotel izvor u Arandelovcu imati svoj ultramoderni akva park, dok će Bački Petrovac imati svoj akva park Petrolend. Španski Action Park, prikazao je na konferenciji o ekonomiji zabave, primer projekta u gradu Osljku, koji je pokazao da čak i mali,



Medij - Rubrika: DANAS - Dodatak  
 Datum: Pon, 11/06/2012  
 Površina članka: 3142cm2  
 Strana: IV

Zemlja: Srbija  
 Autor: Željko Pantić  
 Deo: 3/4

## EKONOMIJA ZABAVE - INVESTICIONI MODELI EKONOMSKOG RAZVOJA

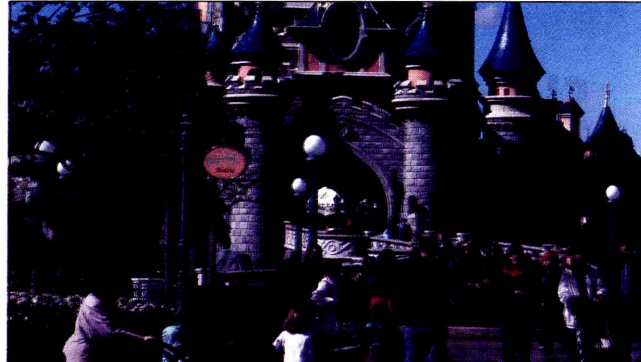
# Akva parkovi atrakcija i pokretač razvoja turizma

Ljiljana Bukvić

Najpoznatiji akva-park u Srbiji je onaj u Jagodini, napravljen po ugledu na slične parkove u Grčkoj. Osim lokalnog stanovništva jagodinski akva-park počeo je da okuplja i turiste-prolaznike, i upravo je to šansa koju bi Srbija mogla da iskoristi i nadomesti, na primer, nedostatak mora. U Srbiji su izgrađena još dva akva-parka, u Arandelovcu i Bačkom Petrovcu, dok onaj u Beogradu, čija je izgradnja počela 2007. godine, čeka bolja vremena. Ovi podaci izneti na skupu „Ekonomija zabave - investicioni modeli ekonomskog razvoja“, koji je organizovao Danas konferens centar, ukazuju na to da država mora da prepozna potencijal industrije zabave. Pošto Srbija nema

more, akva-parkovi bi, tvrdi Nikola Senesi, izvršni partner u kompaniji Volf MekGil, mogli da privuku veliki broj turista i pomognu oporavak ekonomije naše zemlje. On procenjuje da bi Srbija, zahvaljujući svom geografskom položaju, mogla da privuče dosta turista u tranzitu. U prilog toj konstataciji izneo je podatak da kroz našu zemlju prođe 2,5 do tri puta više ljudi u odnosu na ukupan broj turista. Senesi podseća da su svoj doprinos razvoju akva-parkova dali Jagodina, Bački Petrovac i Arandelovac, i naglašava da je povoljna investiciona klima preduslov za razvoj ove „visoko profitabilne grane“.

- Lokalne samouprave moraju da obezbede prostor za akva-parkove, koji kod nas ne postoje ni kao urbanistički, ni kao pravni parametar. Gradnja akva-parkova tretira se kao gradnja poslovnog prostora. Zanimljiv je primer Nemačke, gde država subvencionise dosta



**Nikola Senesi,**  
izvršni partner u Volf MekGil

Lokalne samouprave moraju da obezbede prostor za akva-parkove, koji kod nas ne postoje ni kao urbanistički, ni kao pravni parametar, već se njihova gradnja tretira kao poslovni prostor. Zanimljiv je primer Nemačke, gde država subvencionise dosta toga, između ostalog i korišćenje vode. Nasuprot tome, u Srbiji se prema onima koji izrazu želju da grade akva-parkove odnose kao prema investitorima koji ulažu u izgradnju hotela - ističe Senesi.



**Tatjana Kos,**  
konsultant Action park Španija

Hektar zemljišta za izgradnju akva-parka u Osijeku, košta od milion do 1,8 miliona evra, ali se investicija poput ove isplati za pet do deset godina. Zatvorili smo finansijsku konstrukciju i prema toj računici karta za ulaz u akva-park prosečno bi koštala sedam do osam evra, i ako bi park radio 120 dana u godini, troškovi bi iznosili 1,7 miliona evra.



**Boris Bjelica,**  
partner u Soliditi ril estejt

Jedan od najstarijih Diznijevih zabavnih parkova na svetu, onaj u Orlandu, koji se prostire na površini od 12.600 hektara, godišnje poseti 52 miliona turista koji potroše oko 24 milijarde evra. Ako me pitate gde je Srbija u svemu tome, rekao bih da imamo lošu infrastrukturu, mnogo ideja, ali slabu realizaciju. Zato je neophodno prilagoditi urbanističke planove, ali i razvijati oblast nekretnina.



**Bilge Pakis,**  
direktor prodaje Polin voter parks end pul systems, Turska

Imamo tri fabrike u Turskoj i pravimo različite vrste bazena za zabavne parkove. Koristimo različite boje, specijalne svetlosne efekte i zanimljiv dizajn. Naši tobogani postavljeni su u velikim akva-parkovima u Evropi, SAD, ali i u Kolumbiji, Maleziji, Kini. Posebno je atraktivan ogroman tobogan u obliku zmije kobre, u čijim ćeljustima završava svaki spust.

Prema njegovim rečima, akva-parkovi bi u svakom manjem gradu duplirali broj turista, a da bi sve to moglo da se izvede trebalo bi organizovati komercijalne fondove koje bi država okrenula malo više ka industrij zabave. Rezultati istraživanja sprovedenog u Nemačkoj pokazuju da ova vrsta zabave donosi zaradu od 0,40 evra na svaki potrošeni evro, ali osim finansijskog aspekta ova industrija, tvrdi Senesi, ima i socijalni karakter. „Imamo situaciju da Beograd, kao grad od gotovo dva miliona stanovnika nema akva-park, to jedna država ne bi smela sebi da dozvoli“, istakao je Senesi.

Tatjana Kos, konsultant Action parka Španija, predstavila je svoju firmu, čije je sedište u Španiji, a koja se bavi izgradnjom akva-parkova, počev od ideje do proizvodnje. Predstavljajući jedan od svojih poslednjih velikih projekata, akva-park u Osijeku, Kos je rekla da hektar ovakvog projekta košta od milion do 1,8 miliona evra i da se investicija poput te, tik uz granicu sa Srbijom, isplati na rok od pet do deset godina.

- Napravili smo plan i zatvorili finansijsku konstrukciju, karta za ulaz u akva-park prosečno bi koštala sedam do osam evra, i ako bi park radio 120 dana u godini, troškovi bi iznosili 1,7 miliona evra. Prema našim procenama, ukupna investicija premašila bi sedam miliona evra - rekla je Kos.

Boris Bjelica, partner u Soliditi ril estejt, predstavio je jedan od najvećih i najstarijih Diznijevih zabavnih parkova na svetu, onaj u Orlandu, koji se prostire na površini od 12.600 hektara, što je približno prostanstvu od Novog Beograda do kraja Ade Huje. Bjelica je rekao da taj zabavni park godišnje poseti 52 miliona turista, od čega 48 miliona Amerikanaca, a da posetioce potroše 24 milijardi evra.

Park u Orlandu ima 450 hotela, 116.000 soba, 5.300 restorana i 216.000 zaposlenih. Osim toga, u regionu koji obuhvata četiri okruga ima 12 šoping centara i 2.000 jezera. Ovaj zabavni park nalazi se na teritoriji centralne Floride i posao ide dobro jer lepog vremena ima tokom cele godine, tako da i akva-parkovi rade sve vreme - kaže Bjelica.

Govoreći o istorijatu parka Bjelica je napomenuo da je nastao 1971. kao prvi Diznijev park, a da je nakon toga otvoreno na desetine drugih širom SAD.

- Ovo je na neki način bio pandan Diznilendu i u njegovu izgradnju uloženo je tadašnjih 250 miliona dolara. Sada bi to bile milijarde dolara. U Orlandu je tada živelo nešto manje od 400.000 ljudi, a sada je to regija u kojoj je nastanjeno 2,2 miliona ljudi. Gde je Srbija u ovom? Imamo lošu infrastrukturu, mnogo ideja, ali slabu realizaciju. Ono što bi trebalo uraditi je napraviti dobar političko-pravni okvir, prilagoditi urbanističke planove, ali i razvijati oblast nekretnina - zaključio je Bjelica.

Bilge Pakis, direktor prodaje turske firme Polin voter parks end pul systems predstavio je široku lepezu proizvoda te

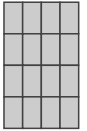
pre 20 godina, takoreći na ledini. Sada je to jedan mali grad koji se prostire na 2.000 hektara i u kom živi 30.000 ljudi. Selo, u kojem je nekada živelo 200 ljudi moglo bi, bar je takav plan u narednih 20 godina, da bude mesto u kom će živeti 60.000 ljudi. Diznilend je turistička destinacija broj 1 u Evropi, a sve je počelo 1987. kada je privatna kompanija dobila od francuske države zemlju na korišćenje besplatno. Koliko dobro posluje ovakav jedan sistem, pokazuje i činjenica da je tokom krize ovaj grad posetilo 16 miliona ljudi, a da je atrakciju poput Ajfelove kule videlo sedam miliona ljudi.

### Rezultati istraživanja sprovedenog u Nemačkoj pokazuju da ova vrsta zabave donosi zaradu od 0,40 evra na svaki potrošeni evro

kompanije, koja je najmodernijim toboganima opremila stotine akva-parkova po celom svetu.

Imamo tri fabrike u Turskoj i pravimo različite vrste bazena za zabavne parkove. Koristimo različite boje, specijalne svetlosne efekte i zanimljiv dizajn. Naši tobogani postavljeni su u velikim akva-parkovima u Evropi, SAD, ali i u Kolumbiji, Maleziji, Kini. Posebno je atraktivan ogroman tobogan u obliku zmije kobre, u čijim ćeljustima završava svaki spust - kaže Pakis.

Odlučan primer svakoj zemlji u Evropi može da bude jedna od omiljenih turističkih destinacija na Starom kontinentu. Reč je u Diznilendu, odnosno Dolini Evrope, kako se zove ovo mesto udaljeno tridesetak kilometara od Pariza. Ova svojevrsna atrakcija nastala je



Medij - Rubrika: DANAS - Dodatak  
 Datum: Pon, 11/06/2012  
 Površina članka: 3142cm2  
 Strana: V

Zemlja: Srbija  
 Autor: Željko Pantić  
 Deo: 4/4

## EKONOMIJA ZABAVE - TEHNOLOGIJA I EKONOMSKI RAZVOJ

# Hleba i igara nikad dosta

Marija Krtinić

Moderni multiplex bioskopi pokazali su da publika nije dosadilo gledanje filmova u mračnim salama, već da su želeli bolje uslove za tako nešto, istakao je Zoran Cvetanović, generalni direktor Art Vista, prvog bioskopa sa više sala u Srbiji, kroz koji je tokom deset godina koliko postoji prošlo dva miliona gledalaca. On je na konferenciji „Ekonomija zabave - tehnologija i ekonomski razvoj“, održanoj u Danas konferens centru, rekao da je koncept odlaženja u bioskop samo da bi se gledao film - prevaziđen, a to za neopodno pratiči sadržaji budući da bioskop „ne može da se izdržava sam od sebe“.

Multiplex bioskopi nisu nastali zbog šoping molova, već zbog toga što nije bilo lokacija u centru grada za izgradnju takvih objekata. Ali, da bi oni opstali, neophodno je da postoje propratni sadržaji od kojih bioskopi žive. Iako je kupovna moć stanovništva u Srbiji niska, zbog čega su cene karata niže nego na Zapadu, dok su troškovi znatno veći usled plaćanja carine i transporta, uspeši smo da ostvarimo profit od 350 odsto - kaže Cvetanović, inače i direktor Arena sinpleksa u Novom Sadu, koja ima šest sala sa više od 1.000 mesta, dva kafića s baštom, a uskoro će dobiti i deciju igraonicu.

On je pojasnio da je dolazak 3D teh-

nologije nagovestio bolje dane, kada je o finansijama reč.

- U početku su bioskopi zaostajali za tehnologijom kod kuće. Sporo su se digitalizovali, jer digitalni projektor košta više od 100.000 evra. Film Avatar Džejsa Kamersona promenio je svest prikazivača jer je doneo ozbiljne prihode.

### Izgradnja velikog zabavnog parka na našim prostorima donela bi veliki profit onome ko bi se upustio u taj poduhvat, zaključili su panelisti Danasove konferencije

Posle tog filma naglo je skočila potražnja za digitalnom opremom, i sada ima više od 56 odsto digitalizovanih bioskopa u svetu - napomenu je Cvetanović i dodao da su deca prva prihvatila 3D tehnologije, tako da najviše filmova dolazi upravo iz produkcije Dizni.

Iako je to skupa investicija, bioskopi više nemaju izbora. U narednih nekoliko godina neće moći da se radi 35 metarskim trakama, pre svega zato što su skupe. Nasuprot tome, sada jedan kinoooperater može sam da radi u šest sala na digitalnoj opremi. Cvetanović ukazuje i na to da je 3D tehnologija isplativija, što su pokazali i filmovi koji su istovremeno prikazivani u 2D i 3D formatu. „Čak 300 odsto su bili gledajući filmovi naprednije tehnologije, iako je cena karte gotovo duplo skuplja. Osim toga, 3D tehnologija doprinela je i smanjenju piraterije jer se tako nešto ne može gledati kod kuće“, ističe Cvetanović.

Dejan Petričević, generalni direktor

Beogradske arene, pokazao je na sopstvenom primeru kako novi sadržaji zabave koji predstavljaju sinergiju filma, predstave i televizije, mogu doneti značajan profit, bez obzira na ekonomsku krizu. Ipak, veliki deo novac ostaje državi, što direktno utiče na cenu karata koje su za naše uslove visoke.

va koji u osnovi imaju filmsku priču. Ali sa razvojem tehnologija i publika je sve zahtevnija. Prvo se krenulo sa hranom i pićem, pa su otvoreni kafići u foajejima bioskopa, da bi se na kraju prodavali i rekviziti iz filmova - objasnio je Đukanović istakavši da ne radi samo filmska industrija na spajanju sa ugostiteljstvom, već to radi i muzička industrija, kao i veliki hoteli.

Nagoveštaj da se tako nešto može desiti i kod nas je, prema njegovom mišljenju, izgradnja replike Terazijske česme iz tridesetih godina prošlog veka na Novom Beogradu, što je posledica popularnosti filma „Montevideo, bog te video“.

Ipak, zbog velikih problema sa zemljištem, loše infrastrukture, nedostatka zakonske regulative, sve je veoma komplikovano. Takođe, prepreku predstavlja i to što u Srbiji nema mnogo dece i mladih, budući da smo popu-

lacija sa najstarijim stanovništvom u Evropi, a deca su ciljna grupa zabavnih parkova. Ali bez obzira na to, Srbija bi za strane investitore mogla da postane regionalni centar, i tu šansu bi trebalo iskoristiti. U narednih 10 do 15 godina, u našem najbližem okruženju sigurno će biti izgrađen jedan zabavni park, jer investitori jedva čekaju da dođu u ovaj deo Evrope - konstatuje Đukanović.

Panelisti konferencije zaključili su da bi izgradnja zabavnog parka na našim prostorima donela veliki profit onome ko bi se upustio u taj poduhvat.

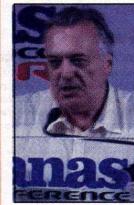
„To u početku nije isplativo. Ilustracija je radi, Diznielend u Francuskoj, koji je izgrađen pre 20 godina, prvih 10 poslova je s gubitkom. Ipak, to se kasnije drastično promenilo, i obično selo pred Pariza sada ima 30.000 stanovnika zaposlenih u parku“, zaključio je Đukanović.

### Zoran Cvetanović, generalni direktor Art Vista



Multiplex bioskopi nisu nastali zbog šoping molova, već zbog toga što nije bilo lokacija u centru grada za izgradnju takvih objekata. Ali da bi opstali, neophodni su propratni sadržaji od kojih bioskopi žive. Iako je kupovna moć stanovništva u Srbiji niska, zbog čega su cene karata niže nego na Zapadu, dok su troškovi znatno veći usled plaćanja carine i transporta, ipak smo uspešli da ostvarimo profit od 350 odsto.

### Dejan Petričević, generalni direktor Beogradske arene



Polovina zarade ostvarene prodajom bioskopskih ulaznica ostaje državi. Situaciju dodatno otežavaju dažbine za Crveni krst, Sokoj, zatim porez na autorski honorar, a uz sve to treba platiti zakup opreme. Dažbine su velike, pa bi cena karte trebalo da bude skuplja za bar 50 odsto. Najviše zaradujemo od scenskih, muzičkih, javnih spektakala, ali ti projekti su skupi.

### Dobrivoje Tanasijević, član Američke akademije filmske umetnosti i nauke



Bio sam svedok razvoja filmske industrije SAD i njenog „braka“ sa industrijom zabave. Televizija je zamalo uništila filmsku industriju. Studiji su preživjela tako što su prodavali svoje filmove televizijama. Ona su počeli da prodaju svoje zemljište kako bi otvarali zabavne parkove. Zanimljivo je da su ljudi koji su kupovali akcije zabavnih parkova za jedan dolar, postali milioneri.

### Zoran Đukanović, glavni urednik Travel magazina



Veliku prepreku predstavlja i to što u Srbiji nema mnogo dece i mladih, koji su, inače, ciljna grupa zabavnih parkova. Ali bez obzira na to, Srbija bi za strane investitore mogla da postane regionalni centar, i tu šansu bi trebalo iskoristiti. U narednih 10 do 15 godina, u našem najbližem okruženju sigurno će biti izgrađen jedan zabavni park, jer investitori jedva čekaju da dođu u ovaj deo Evrope.

## EKONOMSKI RAZVOJ I TEHNOLOGIJA EKONOMIJE ZABAVE - SISTEM U BROJKAMA

- 3** AKVA PARKA U SRBIJI  
U Beogradu ne postoji nijedan zabavni park, a bazeni su stari 20 i 30 godina. U celoj Srbiji imamo samo tri akva parka i to u Bačkom Petrovcu, Aranđelovcu i Jagodini, dok je na Srebrnom jezeru jedan ovakav projekat u toku.
- 1,5** MILION POSETILACA  
Po nekim istraživanjima, Beograd ima čak 1,5 milion potencijalnih posetilaca potencijalnog akva parka u glavnom gradu Srbije.
- 1,5** MILION EVRA PROFITA  
Akva park u Hrvatskoj, na obali Drave, ostvaruje 1,5 milion evra profita po sezoni koja traje 120 dana. Cela investicija koštala je 7,3 miliona evra, a povratni period se procenjuje na 5 do 10 godina. Očekuje se da će ovaj kompleks u sezoni posetiti oko 185 hiljada posetilaca.
- 30** HILJADA STANOVNIKA  
Diznielend u Francuskoj je nikao na zemljištu od 2.000 hektara gde su nekada bile samo njive. Sada u takozvanoj Dolini Evrope živi 30.000 stanovnika. Ono što je Holivud izveo 50-tih godina pokrenulo je budžet cele Amerike. Dugo je bio na prvom mestu po prilivu novca.
- 500** HILJADA GLEDALACA  
Novosadski bioskop Sinepleks, prošle godine, posetilo je pola miliona gledalaca. Oni bioskopi koji nisu modernizovani teško da danas mogu da prežive. Od 6 sala, koliko ih ima u ovom objektu, 3 su opremljene 3D tehnologijom.
- 56** % SALA DIGITALIZOVANO  
Od ukupnog broja bioskopskih sala, u bioskopima širom sveta, do sada je digitalizovano 56%. Oni koji to ne urade u skorijoj budućnosti, prestaće da postoje, a upravo to čeka većinu bioskopa u Srbiji.
- 500** HILJADA EVRA KOŠTA DOGAĐAJ  
U beogradskoj Areni, od svake prodate karte za koncert ili neki drugi događaj, čak 70% odlazi na pokrivanje raznih troškova. Po ovakvoj računici, već skupe karte trebalo bi biti skuplje za 50%. Projekti su veoma skupi, produkcija košta i po nekoliko miliona evra, a sama kupovina nekog događaja košta do 500.000 evra.

