



**АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ
«СТРОЙМАРКЕТ-2010»
«Риэлтор-Инвестиции-Недвижимость-2010»
«Коттеджное строительство-2010»
«Окна.Фасады.Кровля.Двери-2010»**

В период с 6 по 8 октября в ГК «Жемчужина» была проведена XVI-ая международная специализированная выставка «СТРОЙМАРКЕТ-2010». «Риэлтор-Инвестиции-Недвижимость-2010». «Коттеджное строительство-2010» «Окна.Фасады.Кровля. Двери-2010» В выставке приняли участие 85 компании, 2011 посетителей, из них: 1800 посетителей-специалистов.

Под патронажем:

- Торгово-промышленной палаты Российской Федерации.

При содействии:

- Союза Строителей ЮФО;
- Союза Строителей (работодателей) Кубани;
- Торгово-промышленной палаты Краснодарского края;
- Союза строителей г. Сочи;
- Администрации г. Сочи;
- Комитета по Архитектуре и Градостроительству Администрации г. Сочи;
- Торгово-промышленной палаты г. Сочи;
- Строительной корпорации «ЮГСТРОЙИНВЕСТ».

При поддержке:

- Российского союза промышленников и предпринимателей.

Генеральный информационный спонсор:

- **«СТРОЙКА»** Группа Газет, журнал **«СТРОЙКА. КРАСНОДАРСКИЙ ВЫПУСК»**.

Официальный информационный партнер:

- **«КОМПОЗИТ XXI ВЕК»** Центр научно-технической информации ООО, Москва.

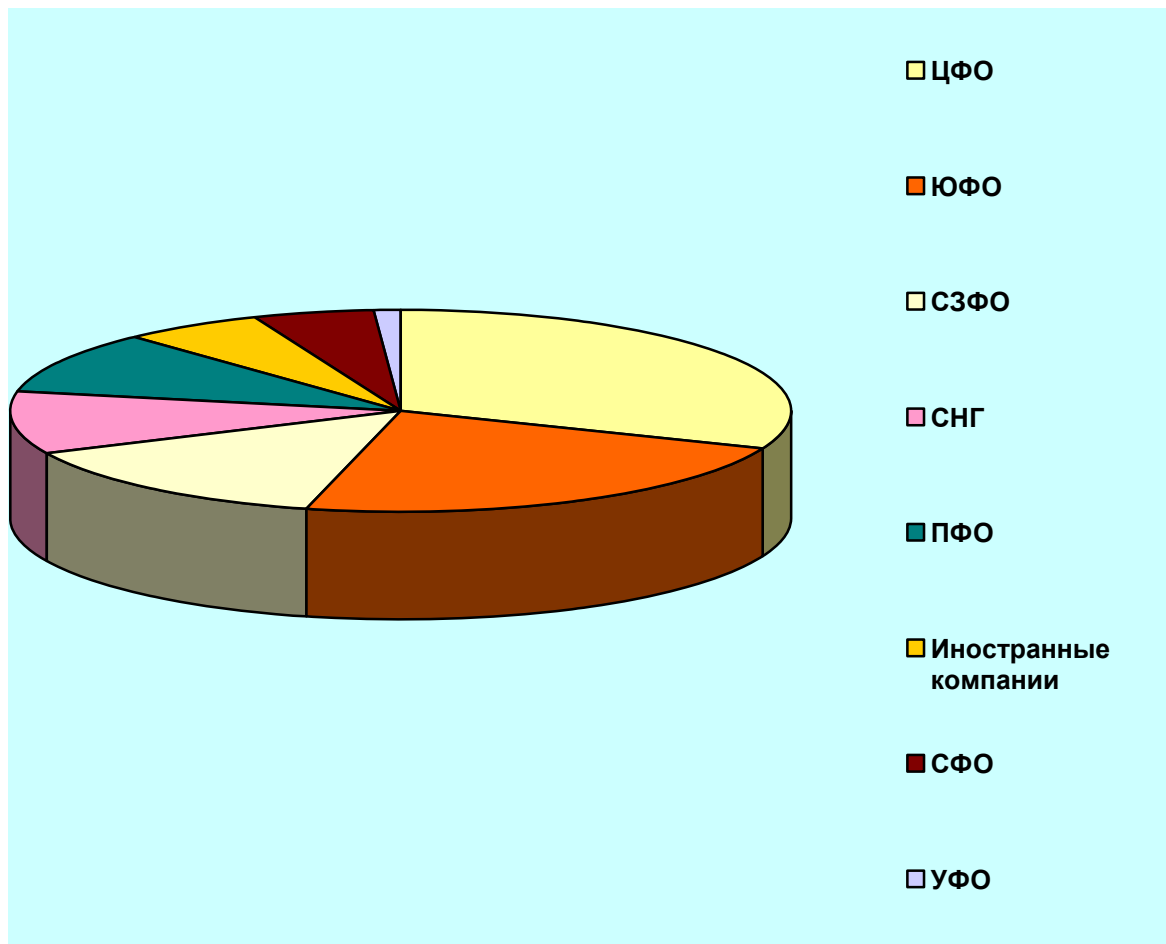
Информационная поддержка выставки:

- **«ВЕСТА»** Издательский дом « ООО, Краснодар;
- **«Крепеж, клеи, инструмент и...»** журнал-справочник, Санкт-Петербург;
- **«ОБОСТРОЙСТВО»** журнал, Краснодар;
- **«МедиаЮг»** Издательский дом» ООО, Ростов-на-Дону;
- **«МедиаМастер»** Издательский дом, Новосибирск;
- **«СТРОИТЕЛЬСТВО И РАЕМОНТ В САРАТОВЕ»** Интернет-журнал, SARSSR.RU;
- **Metinfo.Ru** Интернет-журнал о недвижимости, Москва;
- **IRN.RU** Индикаторы Рынка Недвижимости, Москва;
- **НОУ-ХАУС. РУ** Интернет-портал, Москва;
- **«СТРОИТЕЛЬСТВО И РАЕМОНТ В САРАТОВЕ»** Интернет-журнал, SARSSR.RU;
- **«СТРОИТЕЛЬСТВО И ЭКСПЛУАТАЦИЯ СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЙ»** журнал, Москва;
- **«МИР&ДОМ.SOCHI»** ЖУРНАЛ, Москва;
- **ПАНОРАМА**, Издательский дом, ООО, Москва;
- **WOODBUSINESS.RU- ЛЕСНОЙ ПОРТАЛ**, Санкт-Петербург;
- **«КУБАНЬ»** Информационное агентство, Краснодар;
- **ТЕХНОmagazine** Информационное - аналитическое издание, Челябинск;
- **КОМЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ**, поисковой портал;
- **MirDverye.ru** – Специализированный Портал про Двери;
- **«АИТЕРА»** Агентство Информационных технологий, Москва;
- **KavkazAir** Журнал, Железноводск;
- **«ЭФКАТЕ»** ОАО, Сочи;
- **СОЧИ.COM** Интернет портал;

- **«ЗОЛОТО СОЧИ»** Городской Интернет портал, Сочи;
- **«На Кубани.ру»** ООО, Краснодар;
- **«ЖИВАЯ КУБАНЬ»** ИА, Краснодар;
- **«ГЕРМЕС И К»** Издательский Дом, Москва;
- **«СПРАВОЧНИК ПО НЕДВИЖИМОСТИ»**, ЗАО, Сочи;
- **«РЕМОНТ В МОСКВЕ»** специализированная газета, Москва;
- **«ПРАЙС УНИВЕРСАЛ»** Деловой журнал, Набережные Челны;
- **«МИР»** Издательский дом ООО, Санкт-Петербург;
- **ПРОМЫШЛЕННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ** Журнал, Санкт-Петербург;
- **КУБАНСКАЯ СПРАВОЧНАЯ 0-81**, Краснодар
- **«КРАСНОДАРСКИЙ ТОРГОВЫЙ ДОМ»**, рекламно-ценовой ежедневник, Краснодар;
- **«ДИЗАЙН-АРТ ЮГ»** Издательская группа Краснодар;
- **«ЭКСПРЕСС ВА БАНКЪ** Сочи» газета бесплатных объявлений, Сочи;
- **ИнформЭКСПО**, Москва;
- **«Южный Федеральный»**, Ростов-на-Дону;
- **CityCards** – сеть рекламных стоек, Сочи;
- **«ВКУС ЖИЗНИ»** Журнал, Краснодар.

I. УЧАСТНИКИ

A. География участников



Центральный Федеральный Округ– 31 %

Южный Федеральный Округ– 23%

Северо-Западный Федеральный Округ-14%

СНГ– 10%

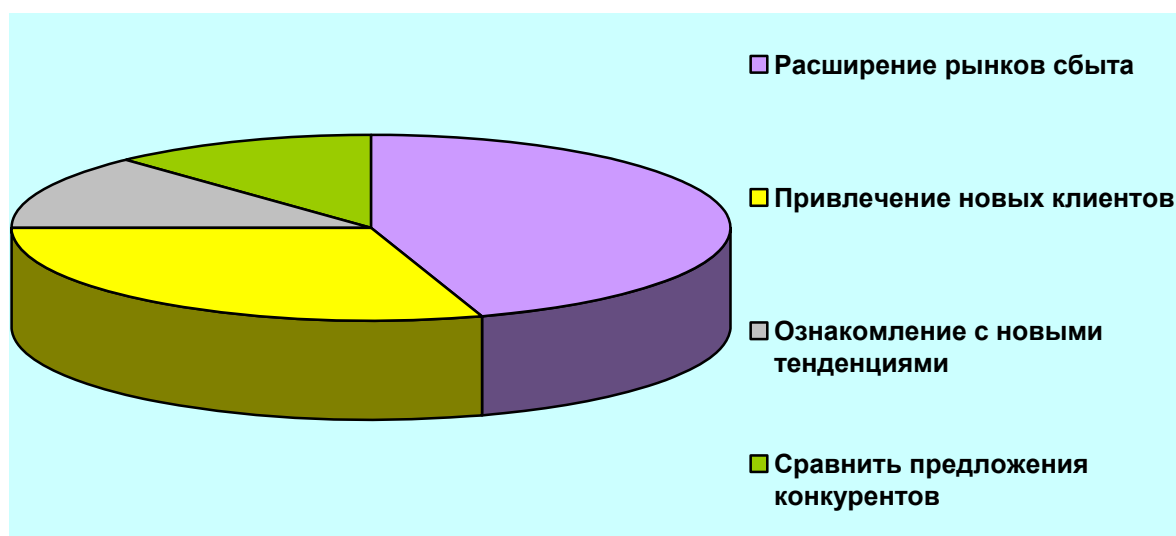
Приволжский Федеральный Округ – 10%

Иностранные компании – 6%

Сибирский Федеральный Округ– 5%

Уральский Федеральный Округ-1%

В. Цели участия:



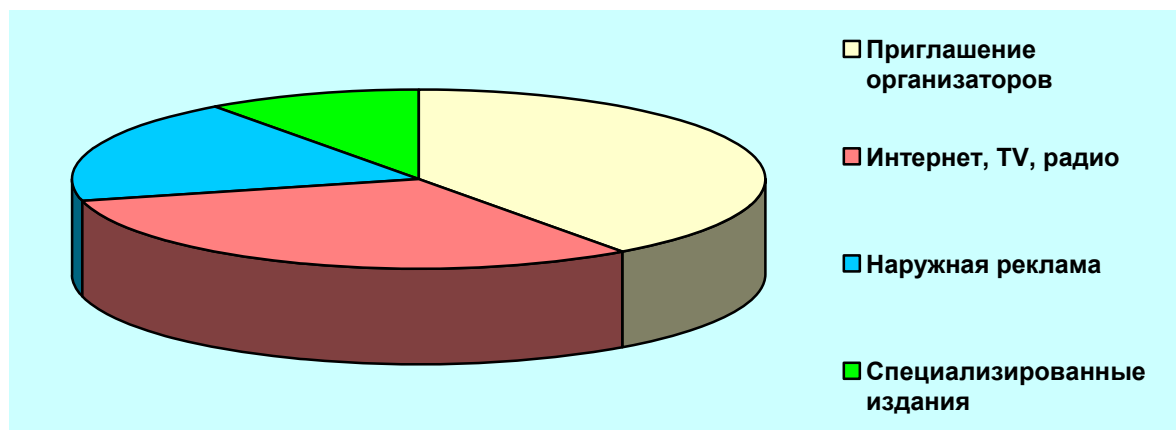
Расширение рынков сбыта – 45%

Привлечение новых клиентов – 30%

Ознакомление с новыми тенденциями отрасли –13%

Сравнить предложения конкурентов – 12%

С. Источники, из которых узнали о выставке:



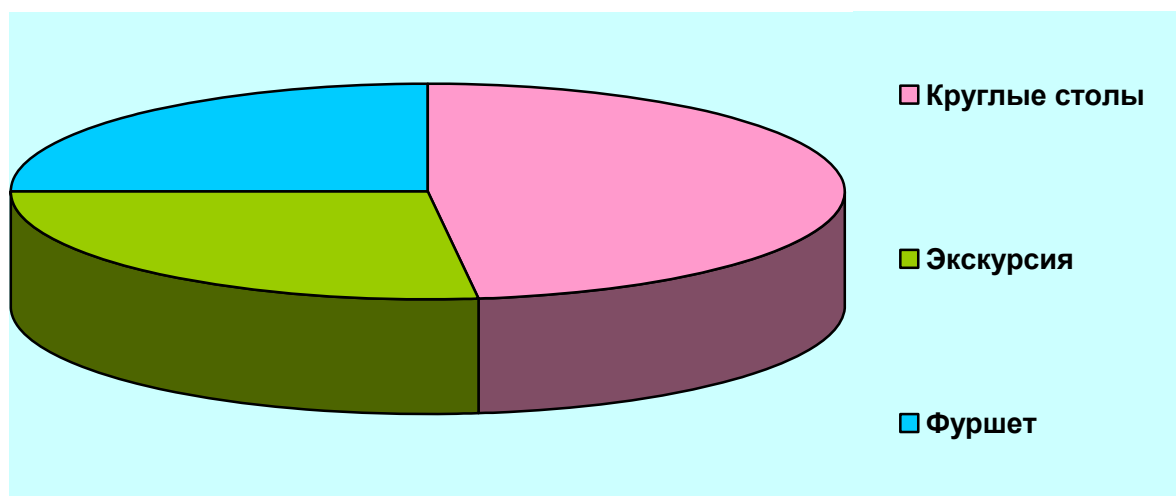
Приглашение организаторов – 40%

Интернет, TV, радио – 31%

Наружная реклама– 19%

Специализированные издания – 10%

Д. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?

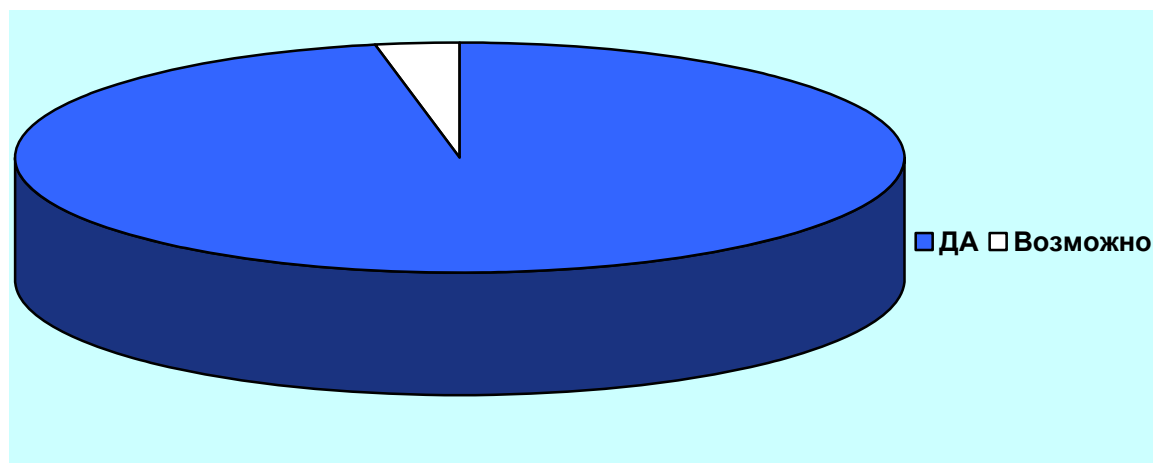


Круглые столы – 48%

Экскурсия – 27%

Фуршет – 25%

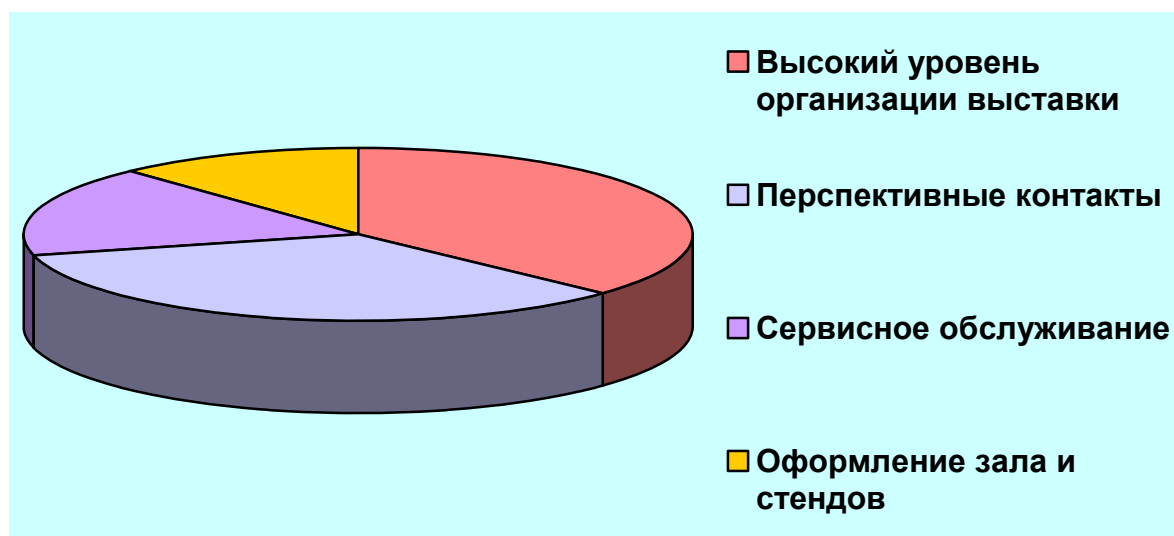
Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?



Да – 97%

Возможно – 3%

Ф. Преимущества выставки



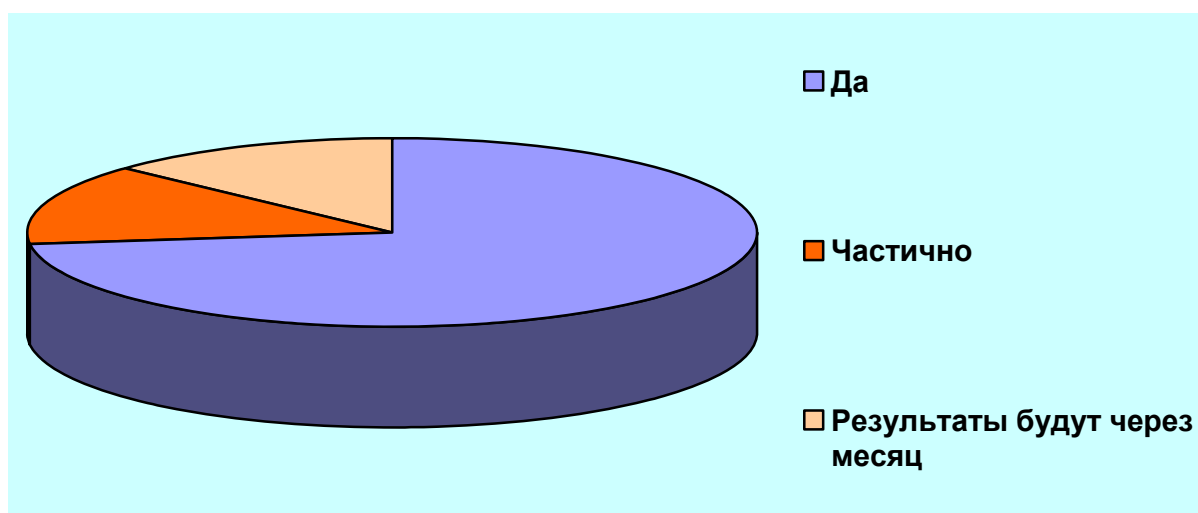
Высокий уровень организации выставки – 37%

Перспективные контакты –34%

Сервисное обслуживание - 17%

Оформление зала и стендов – 12%

Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?



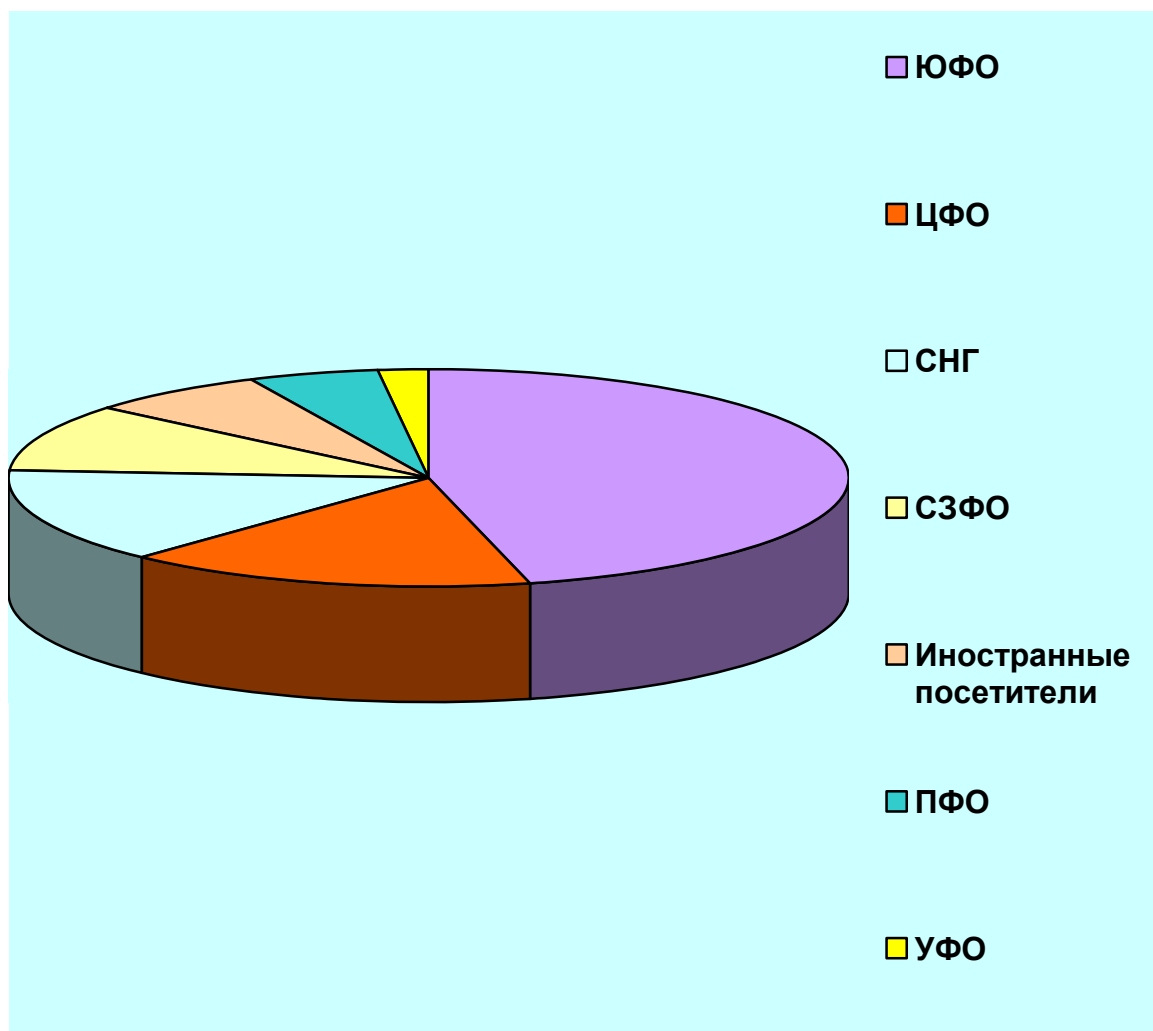
Да –73%

Частично–14 %

Результаты будут через месяц – 13%

II. ПОСЕТИТЕЛИ

A. География посетителей



Южный Федеральный Округ- 46 %

Центральный Федеральный Округ - 16%

СНГ– 14%

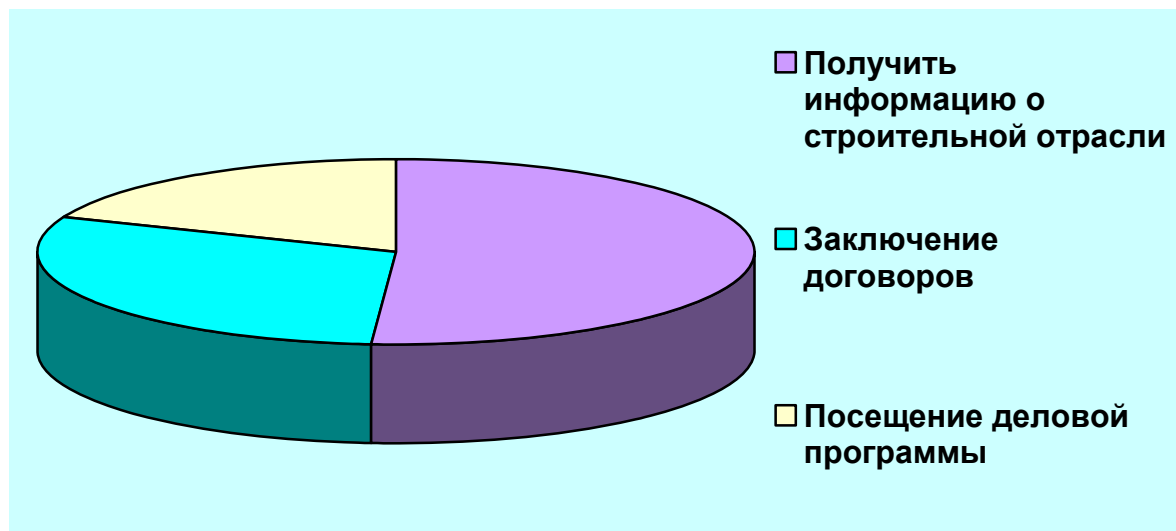
Северо-Западный Федеральный Округ– 10%

Иностранные посетители – 7%

Приволжский Федеральный Округ– 5%

Уральский Федеральный Округ – 2%

В. Цели посещения выставки:

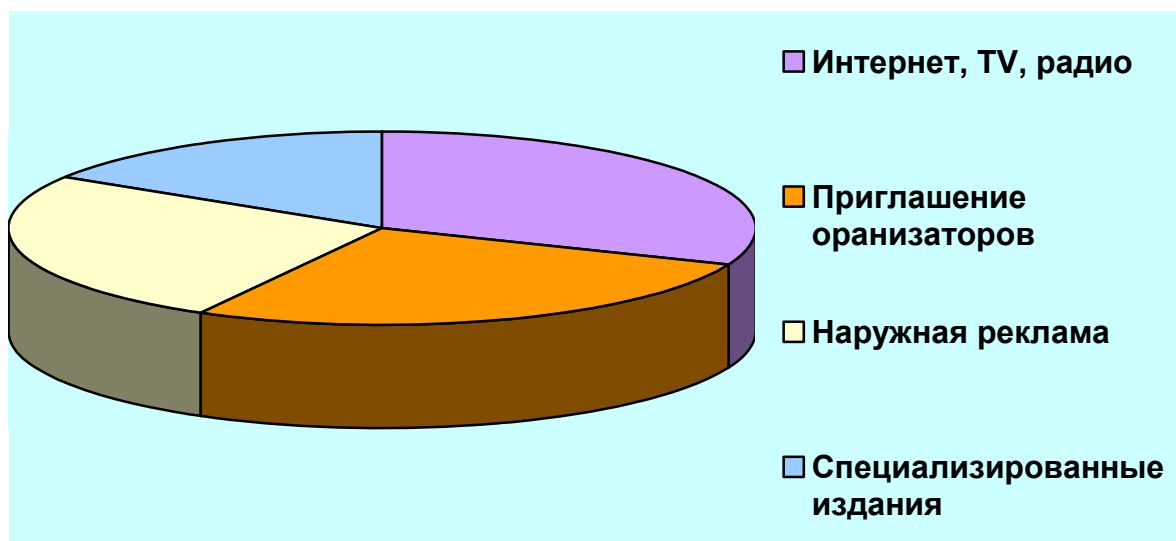


Получить информацию о строительной отрасли – 51%

Заключение договоров – 30%

Посещение деловой программы – 19%

С. Источники, из которых посетители узнали о проведении выставки:



Интернет, TV, радио – 31%

Приглашение организаторов (письмо, e-mail, телефон) – 27%

Наружная реклама (афиша, баннер, перетяжки) – 26%

Специализированные издания – 16%