



## **АНАЛИЗ РАБОТЫ**

### **Архитектурно-Строительный Форум «Стройплощадка Будущего-2008»**

В период с 13 - 15 марта 2008 года в ГК «Жемчужина» был проведен Международный АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНЫЙ ФОРУМ «СТРОЙПЛОЩАДКА БУДУЩЕГО-2008» и специализированная выставка ярмарка «Жилищно-коммунальное хозяйство – 2008» «Энергосбережение – Дорога – Тоннель – 2008» «Ландшафтный дизайн – 2008». В ФОРУМЕ приняли участие 243 организации, 3627 посетителей, из них: - 2288 посетителей-специалистов.

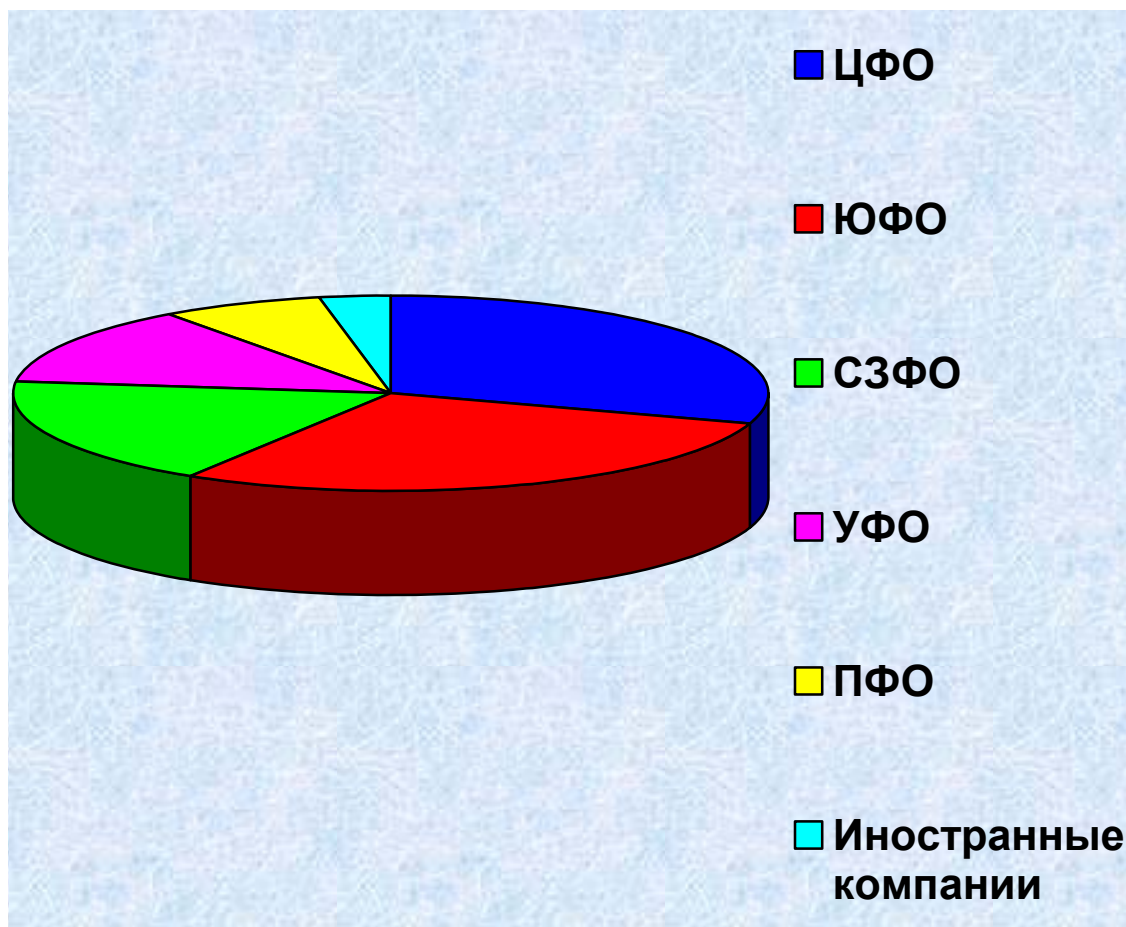
**Информационная поддержка выставки:** «Издательский дом «МИР»», Санкт-Петербург; ООО ЦНТИ «Композит», Москва; журнал «Кровли», Москва; ИД «Формула Строительства», Москва; журнал «TOP House», Краснодар; журнал «Обустройство», Краснодар; журнал «Безопасность», Челябинск; Специализированная газета «Ремонт в Москве», Москва; журнал «Оптовый Рынок Сибири», Новосибирск; «Бриг-Экспо» Всероссийская выставочная газета, Санкт-Петербург; журнал «Рециклинг Отходов», Санкт-Петербург; журнал «Урал Трак», Екатеринбург; журнал «Экспо-Юг», Ростов-на-Дону; сеть специализированных изданий «Вестник», Ростов-на-Дону; газета «Экспресс Ва Банк Сочи», Сочи; «Экспресс-Перспектива» «Экспресс-Недвижимость», Сочи; ИнформЭКСПО, Москва; «Южный Федеральный», Ростов-на-Дону; Интернет портал города-курорта СОЧИ.РУ, Сочи; ExroMediaGroup, Ростов-на-Дону; журнал «Все лучшее о Сочи», Сочи; РАТИСС – Российская Ассоциация Телефонных Справочных Служб, Сочи, Россия.

**Информационный партнер:** журнал «Спортивные сооружения и индустрия», Москва; ЗАО «Медиатест», Москва; Издательский Дом «Элита Пабlishер», Москва; Маркетинг Союз, Москва; Издательство «Южный Дом», Краснодар; журнал «Строн», Москва; «БАСС-magazine» журнал, Москва; журнал «Строительная Орбита», Москва; ЗАО «НИИПИ экологии города», Москва; ООО «Экспозиция», Набережные Челны; журнал «Стройка. Краснодарский выпуск», Краснодар; газета «Строитель Кубани», Краснодар.

**Генеральный информационный партнер:** газета «Строительный Вестник Кубани», Ростов-на-Дону.

## I. УЧАСТНИКИ

### A. География участников:



**Центральный Федеральный Округ – 30%**

**Южный Федеральный Округ – 29%**

**Северо-Западный Федеральный Округ – 18%**

**Уральский Федеральный Округ - 13%**

**Приволжский Федеральный Округ – 7%**

**Иностранные компании – 3 %**

**В. Цели участия:**



**Расширение рынков сбыта – 28%**

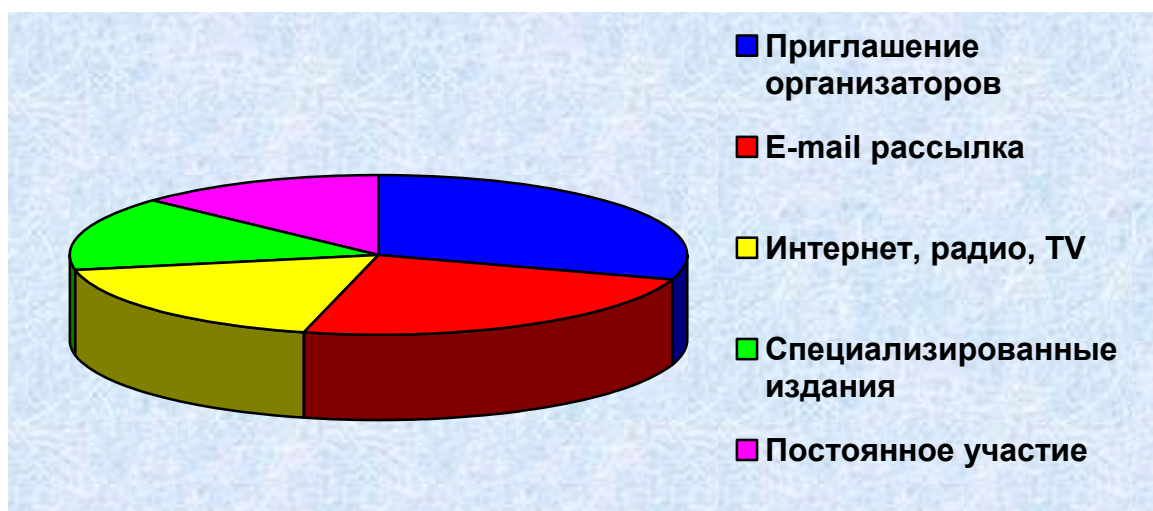
**Сравнить продукцию конкурентов – 25%**

**Ознакомление с новыми тенденциями отрасли – 23%**

**Привлечение новых клиентов – 20%**

**Предложения иновационных проектных решений – 4%**

**С. Источники, из которых узнали о выставке:**



**Приглашение организаторов – 30%**

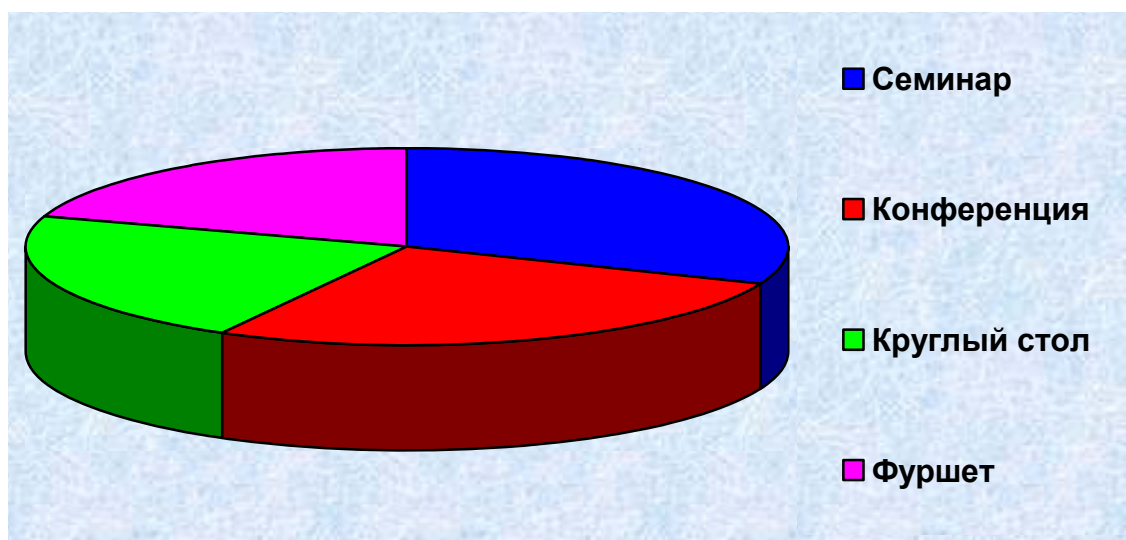
**Е-mail рассылка - 24%**

**Интернет, TV, радио –18%**

**Специализированные издания – 15%**

**Постоянное участие – 13%**

**Д. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?**



**Семинар – 31%**

**Конференция - 27%**

**Круглый стол - 22%**

**Фуршет – 20%**

## Е. Преимущества выставки



**Высокий уровень организации выставки – 30%**

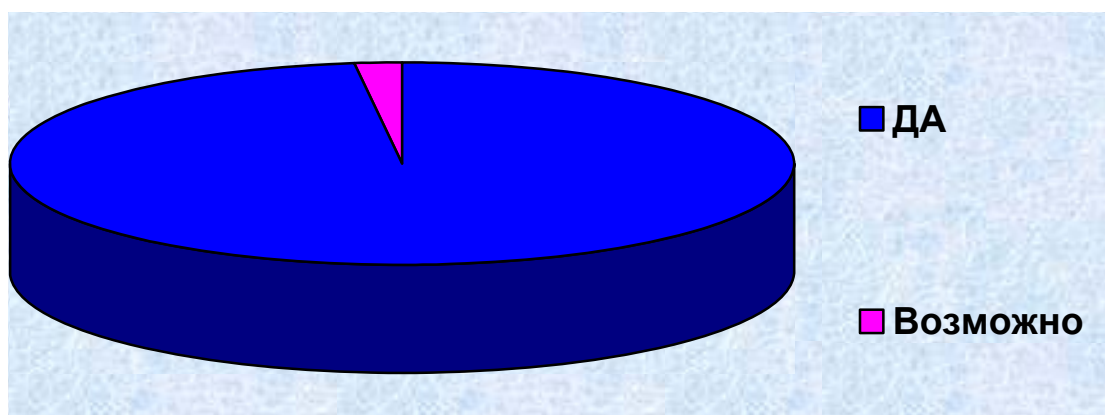
**Место проведение выставки - 24%**

**Деловая программа выставки (конференции, семинары, круглый стол) - 18%**

**Сервисное обслуживание/фуршет – 17%**

**Количество участников – 11%**

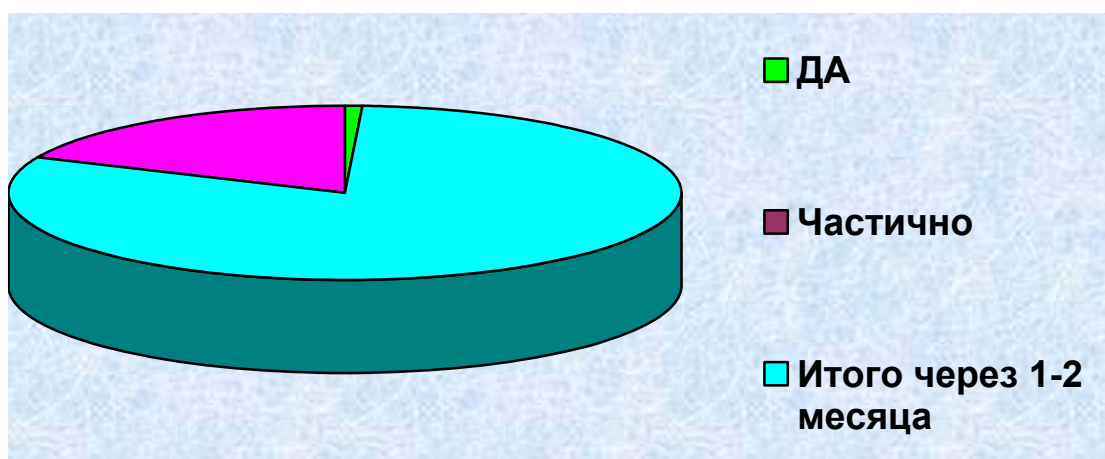
**Ф. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?**



**Да – 98%**

**Возможно – 2%**

**Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?**



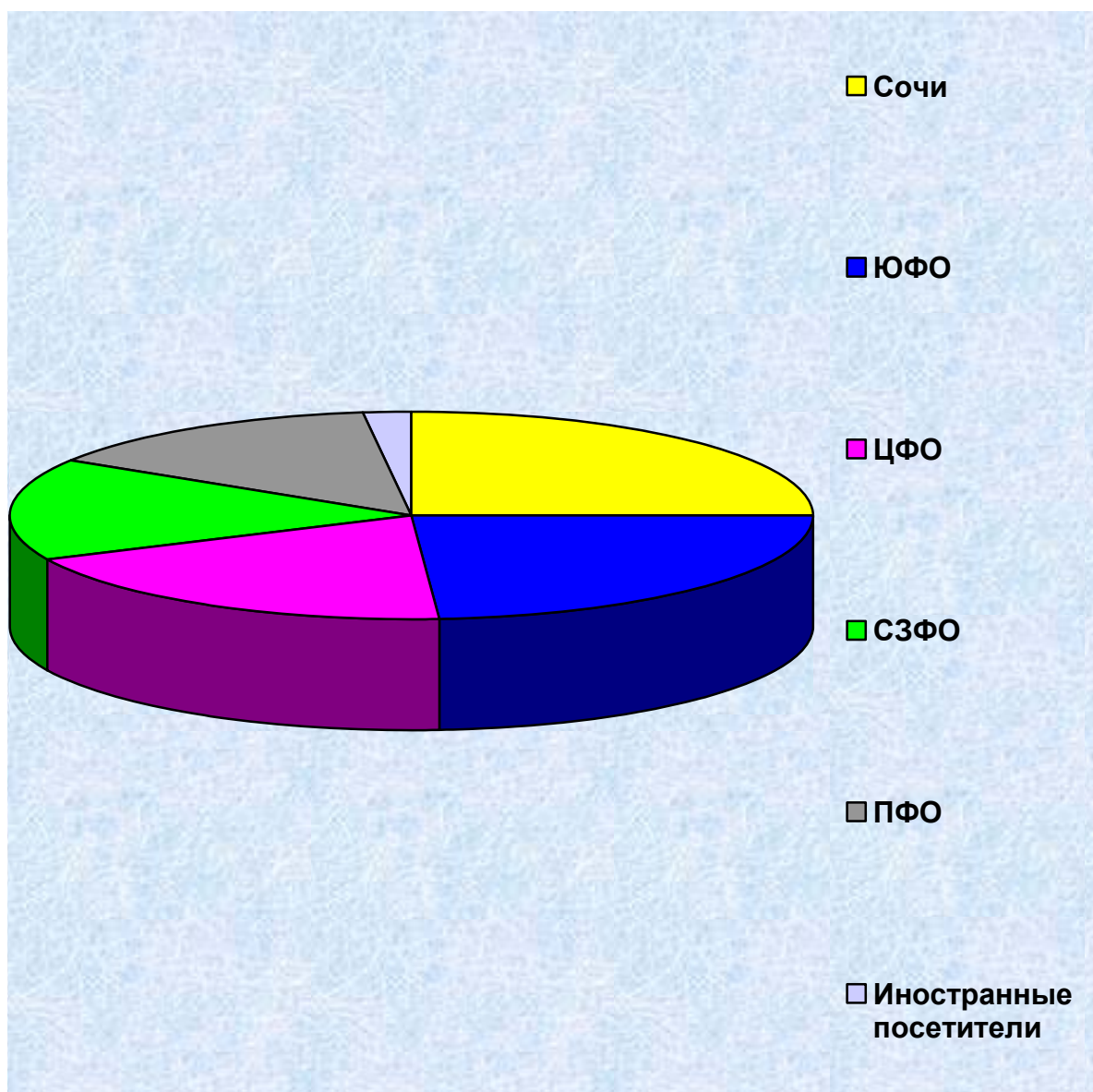
**Да – 78%**

**Частично – 12%**

**Итоги работы выставки будут через 1-2 месяца – 10%**

## II. ПОСЕТИТЕЛИ

### A. География посетителей



**Сочи – 25%**

**Южный Федеральный округ (без Сочи) – 24%**

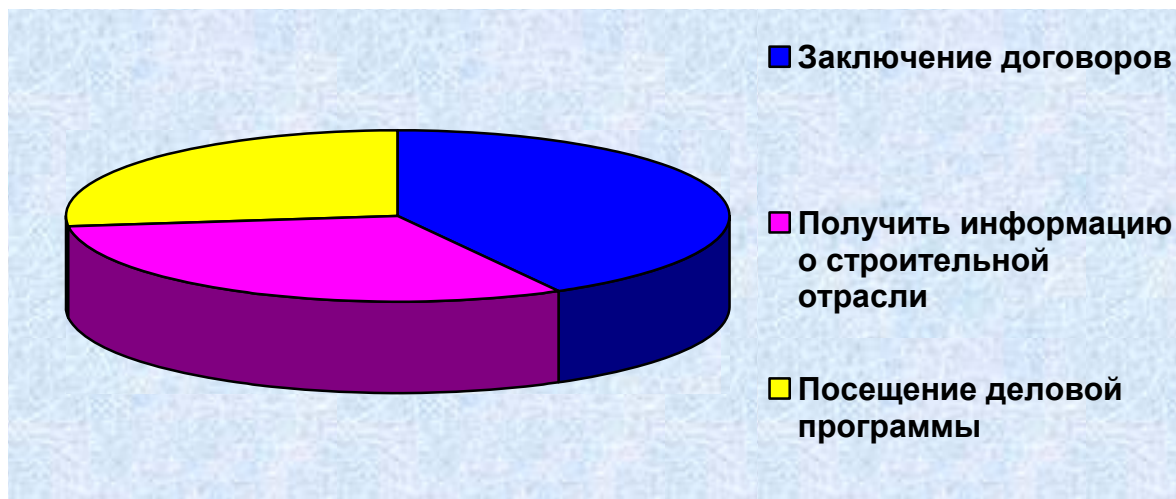
**Центральный Федеральный округ – 19%**

**Северо-Западный Федеральный округ – 16%**

**Приволжский Федеральный округ – 14%**

**Иностранные посетители - 2%**

**В. Цели посещения выставки:**

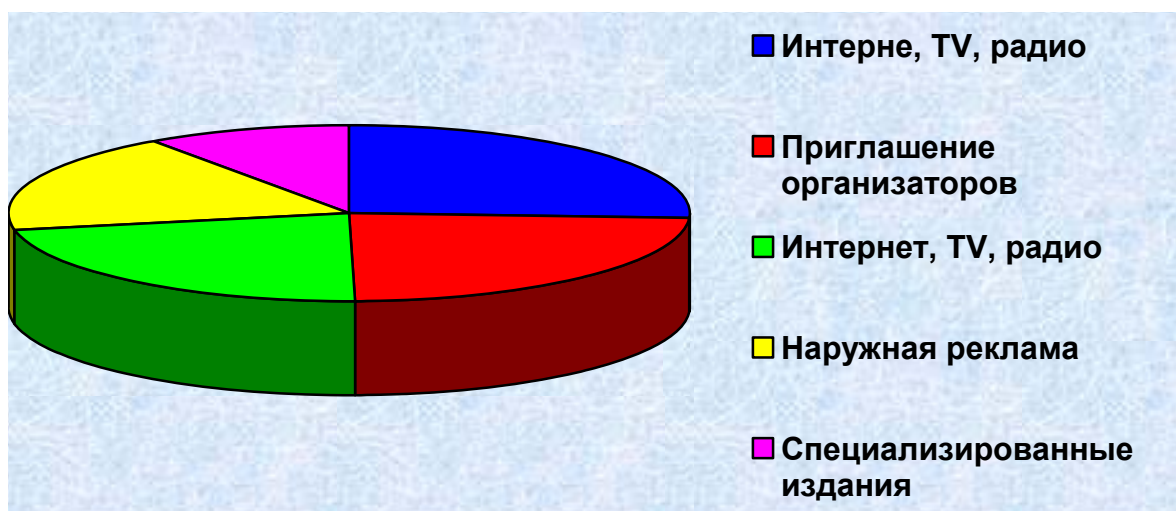


**Заклучение договоров – 42%**

**Получить информацию о строительной отрасли – 31 %**

**Посещение деловой программы – 27%**

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



**Приглашение организаторов (письмо, e-mail, телефон) – 32%**

**Интернет, TV, радио – 30%**

**Наружная реклама (афиша, баннер, перетяжки) – 25%**

**Специализированные издания (газеты, журналы, каталоги) – 13%**