



**АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ
«СТРОЙМАРКЕТ-2009»
«Риэлтор-Инвестиции-Недвижимость-2009»
«Коттеджное строительство-2009»
«Окна.Фасады.Кровля.Двери-2009»**

В период с 1 по 3 октября в ГК «Жемчужина» была проведена XV-ая юбилейная международная специализированная выставка «СТРОЙМАРКЕТ-2009». «Риэлтор-Инвестиции-Недвижимость-2009». «Коттеджное строительство-2009» «Окна.Фасады Кровля.Двери-2009» В выставке приняли участие 120 компании, 5031 посетителя, из них: - 2555 посетителей-специалистов.

Под патронажем:

- Торгово-промышленной палаты Российской Федерации.

При содействии:

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

Генеральный информационный спонсор:

- НЕДВИЖИМОСТЬ@MAIL.RU, Москва;

Генеральный информационный партнер:

- **«СТРОЙКА. КРАСНОДАРСКИЙ ВЫПУСК» Журнал, Краснодар;**
- **«СТРОЙКА. РОСТОВСКИЙ ВЫПУСК»- рекламно-информационный еженедельник, Ростов-на-Дону.**

Генеральный Интернет-партнер:

- **RAMBLER-НЕДВИЖИМОСТЬ, МОСКВА;**

Официальный информационный партнер:

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

Информационная поддержка выставки:

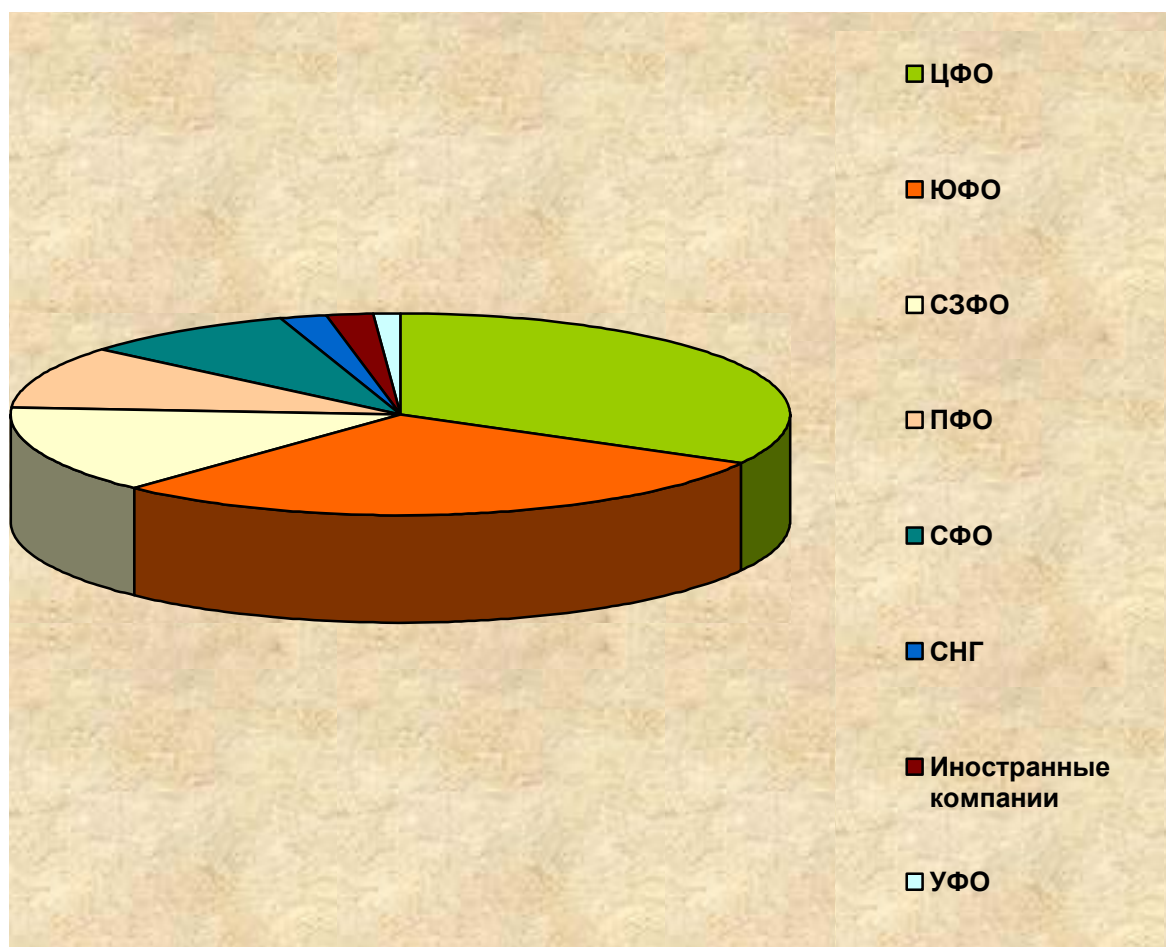
- **«АВС-ПОРТАЛ» региональное информационно - рекламное издание, Краснодар;**
- **«КРАСНОДАРСКИЙ ТОРГОВЫЙ ДОМ» рекламно-ценовой еженедельник; Краснодар;**
- **«ОПТОВЫЙ РЫНОК СИБИРИ» журнал, Новосибирск;**
- **«РЕМОНТ В МОСКВЕ» специализированная газета, Москва;**
- **«СПРАВОЧНИК ПО НЕДВИЖИМОСТИ» ЗАО, Сочи;**
- **«СТРОИТЕЛЬСТВО» Журнал, ООО «ЦЕНТРОГАЗЭНЕРГОСТРОЙ», Москва**
- **«ГЕРМЕС и К» Издательский Дом» ООО, Москва**
- **ExpoMediaGroup, Ростов-на-Дону;**
- **ИнформЭКСПО, Москва;**
- **«Южный Федеральный», Ростов-на-Дону;**
- **CityCards – сеть рекламных стоек, Сочи.**

Информационный партнер выставки:

- **WOODBUSINESS.RU – ЛЕСНОЙ ПОРТАЛ, Санкт-Петербург;**
- **«МОНИТОР» АДИ, ООО «ГРОТЕК», Москва;**
- **«ЕВРОСТРОЙ» журнал, Санкт-Петербург;**
- **«ЗЕМЛЕВЛАДЕЛЕЦ СЕВЕРО-ЗАПАДА»Издательский дом, Санкт-Петербург**
- **«Индикаторы рынка недвижимости IRN.RU» Группа компаний, Москва;**
- **«КРЕПЕЖ, КЛЕИ, ИНСТРУМЕНТ И...» журнал, Санкт-Петербург;**
- **«МИР&ДОМ.SOCHI» журнал, Москва;**
- **«ОБУСТРОЙСТВО» журнал, Краснодар;**
- **МЕТАЛЛЫ И ЦЕНЫ Журнал, Санкт-Петербург;**
- **LENTA – НЕДВИЖИМОСТЬ, Москва;**
- **«СОВРЕМЕННЫЙ ДОМ И ОФИС», ИД «ЮНИВЕР ПРЕСС», Екатеринбург;**
- **«СпортАкадемРеклама» ООО, Москва;**
- **СТРОЙКА. ИНТЕРЬЕР региональное специализированное информационно-аналитическое издание, Омск;**
- **«СтройПРОФИль» Всероссийский журнал, ЗАО ИД «ТОРГОВЛИ И ПРОМЫШЛЕННОСТИ», Санкт-Петербург;**
- **«СтройХолдинг» РИА, Мытищи**
- **АВТОЗАПЧАСТИ.RU, Нижний Новгород;**
- **Metrininfo.Ru Интернет-журнал, Москва;**
- **«КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ», Интернет-портал, Москва;**
- **НОУ-ХАУС.РУ Интернет-портал, Москва;**
- **«АРХИТЕКТУРА И СТРОИТЕЛЬСТВО», Издательский дом Сорокиной, Омск;**
- **KavkazAir Журнал, Железноводск;**
- **«На Кубани.ру» ООО, Краснодар;**
- **«КОММЕРЧЕСКИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ИЗ ЧЕХИИ» журнал, Прага**
- **«ЭФКАТЕ» ОАО, Сочи;**
- **СОЧИ. РУ Интернет портал города-курорта, Сочи.**

I. УЧАСТНИКИ

A. География участников



Центральный Федеральный Округ– 33%

Южный Федеральный Округ– 29%

Северо-Западный Федеральный Округ-14%

Приволжский Федеральный Округ – 10%

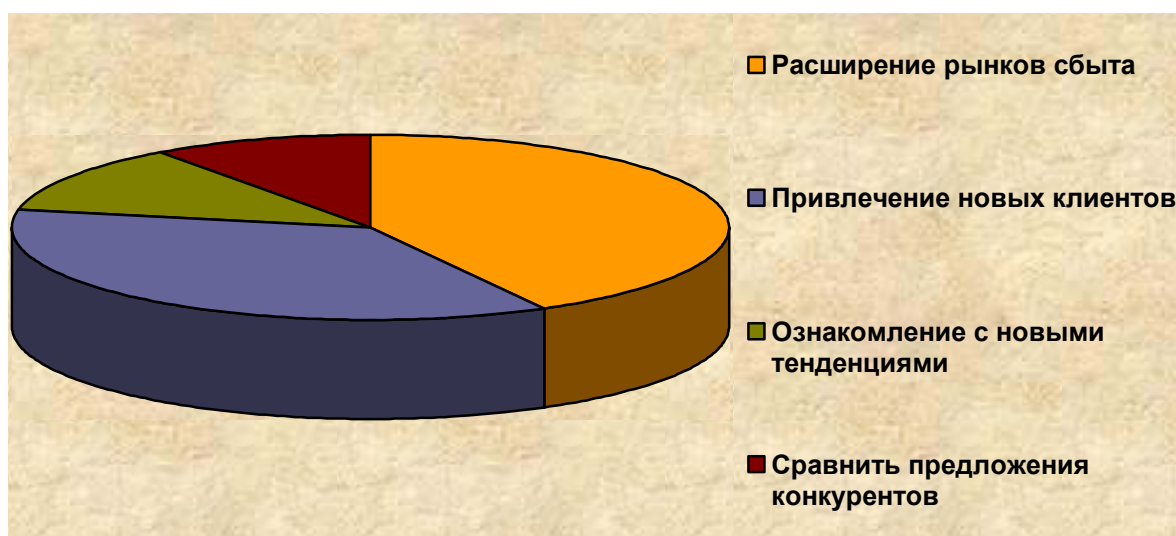
Сибирский Федеральный Округ– 9%

СНГ– 2%

Иностранные компании – 2 %

Уральский Федеральный Округ-1%

В. Цели участия:



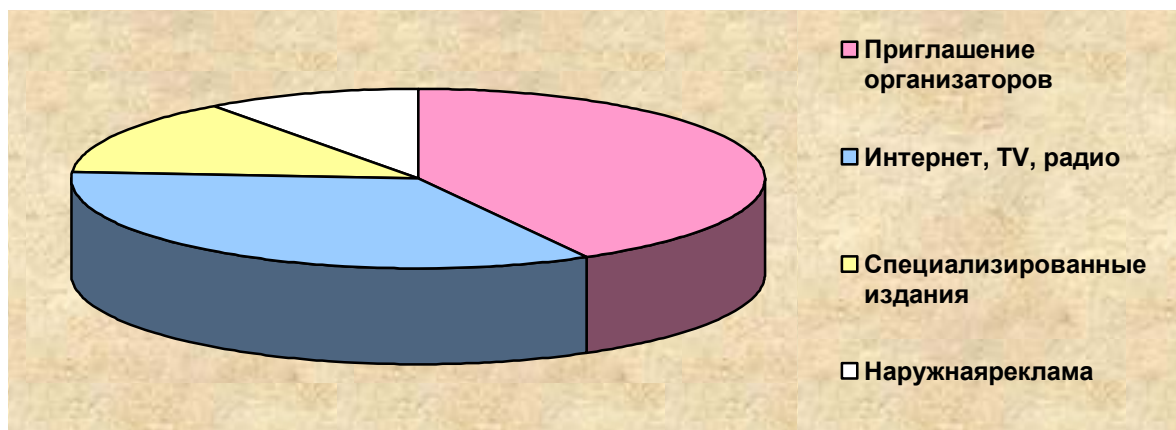
Расширение рынков сбыта – 42%

Привлечение новых клиентов – 36%

Ознакомление с новыми тенденциями отрасли – 12%

Сравнить предложения конкурентов – 10%

С. Источники, из которых узнали о выставке:



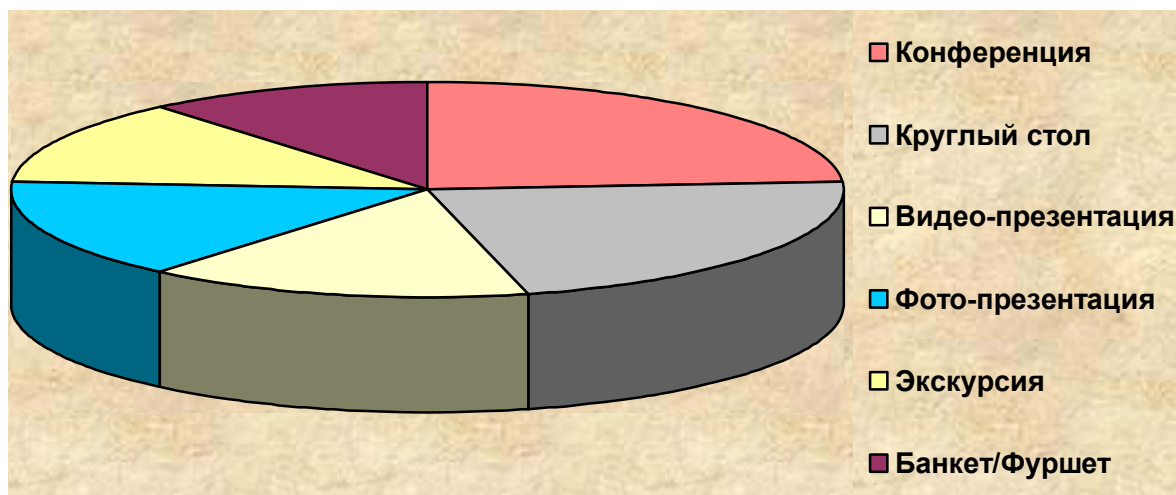
Приглашение организаторов – 42%

Интернет, TV, радио – 34%

Специализированные издания – 14 %

Наружная реклама – 10%

Д. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?



Конференция– 24%

Круглый стол – 22%

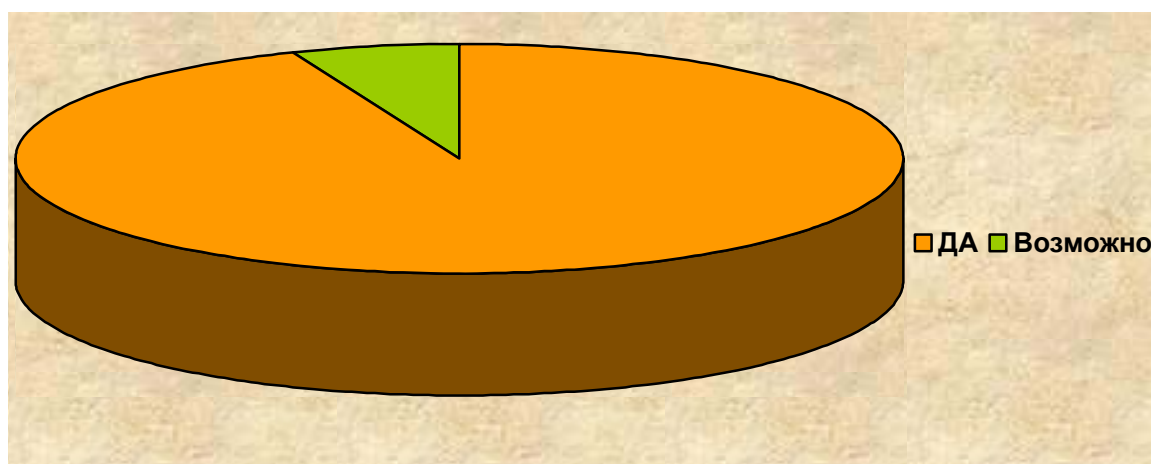
Видео-презентация – 15%

Фото-презентация -15%

Экскурсия – 13%

Банкет/Фуршет – 11%

Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?



Да –94%

Возможно – 6%

Ф. Преимущества выставки



Высокий уровень организации выставки – 40%

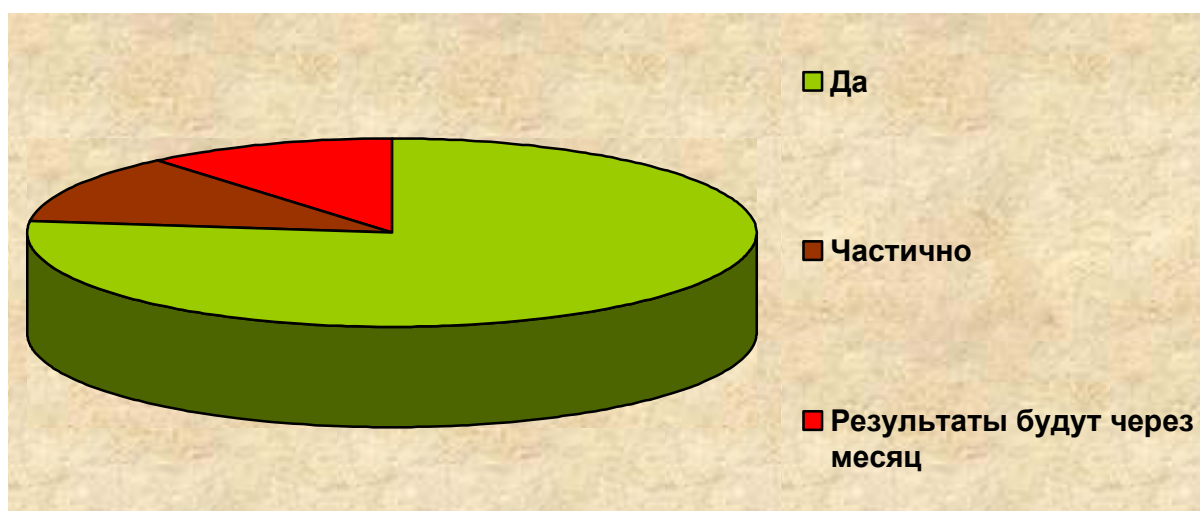
Перспективные контакты – 21%

Сервисное обслуживание - 15%

Оформление зала и стендов – 13%

Место проведения выставки – 11%

Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?



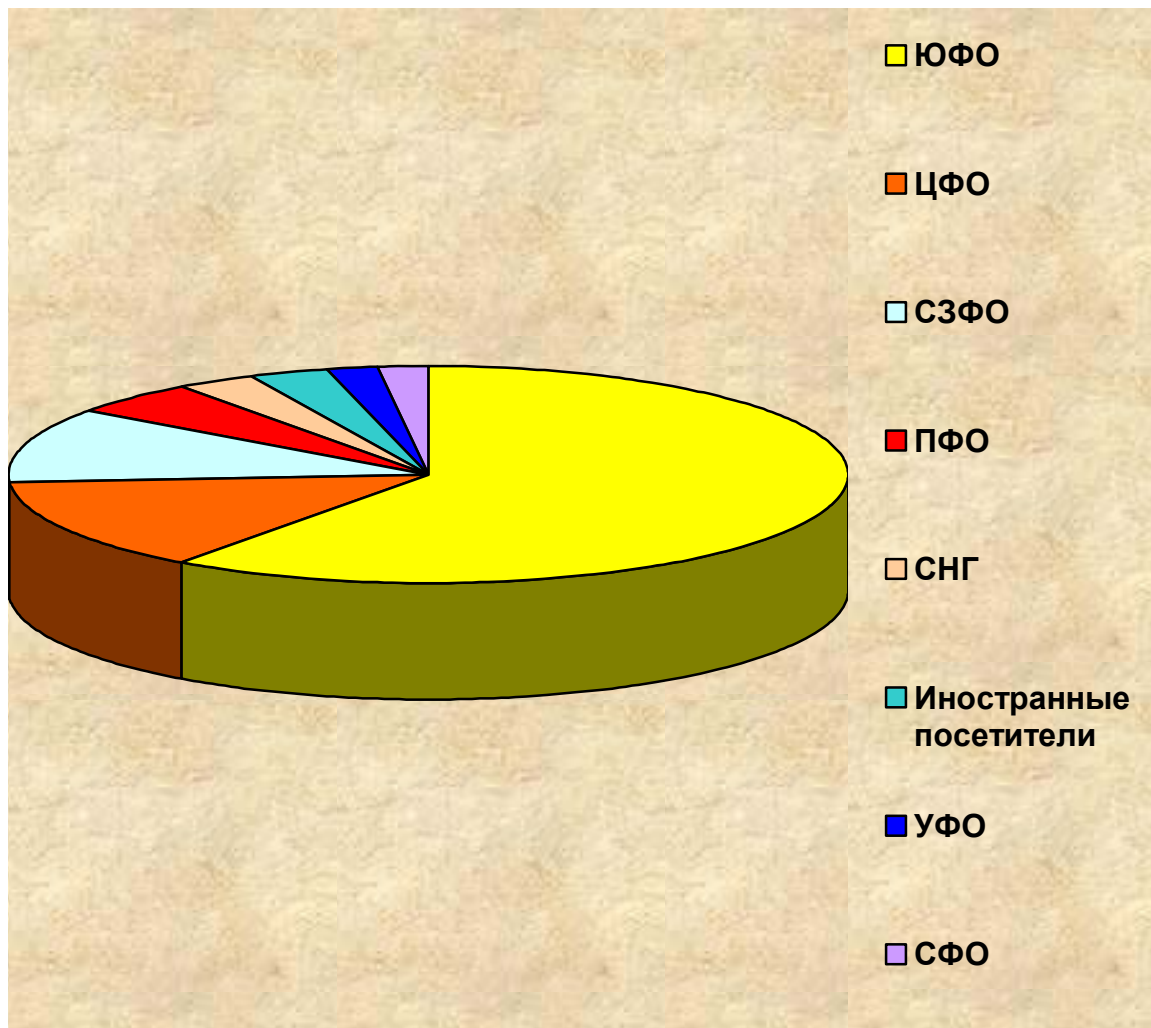
Да – 77%

Частично– 12%

Результаты будут через месяц – 11%

II. ПОСЕТИТЕЛИ

А. География посетителей



Южный Федеральный Округ- 60 %

Центральный Федеральный Округ - 14%

Северо-Западный Федеральный Округ– 11%

Приволжский Федеральный Округ– 5%

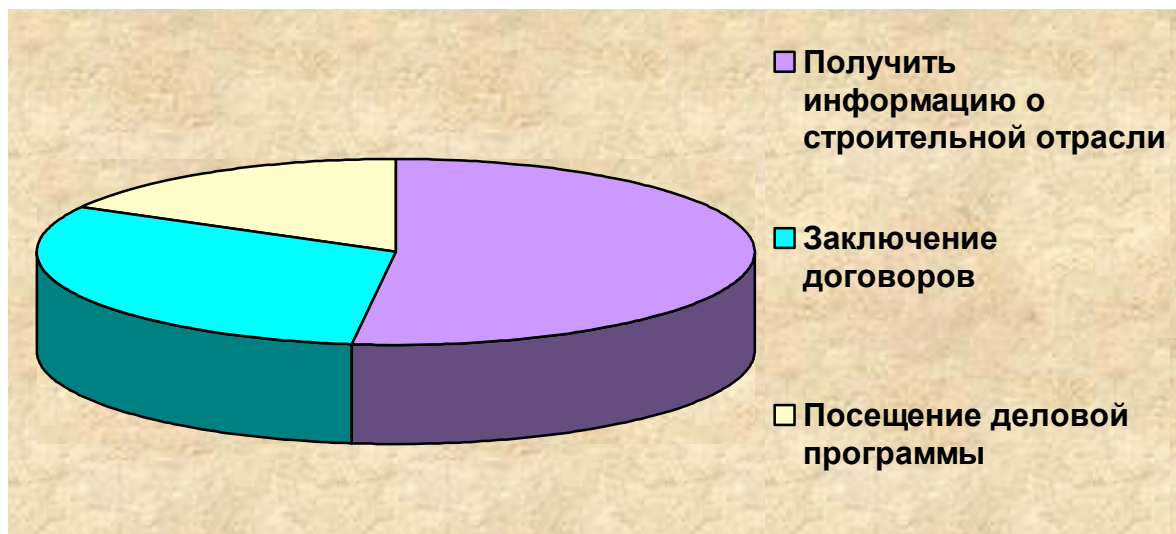
СНГ– 3%

Иностранные посетители – 3%

Уральский Федеральный Округ – 2%

Сибирский Федеральный Округ -2%

В. Цели посещения выставки:

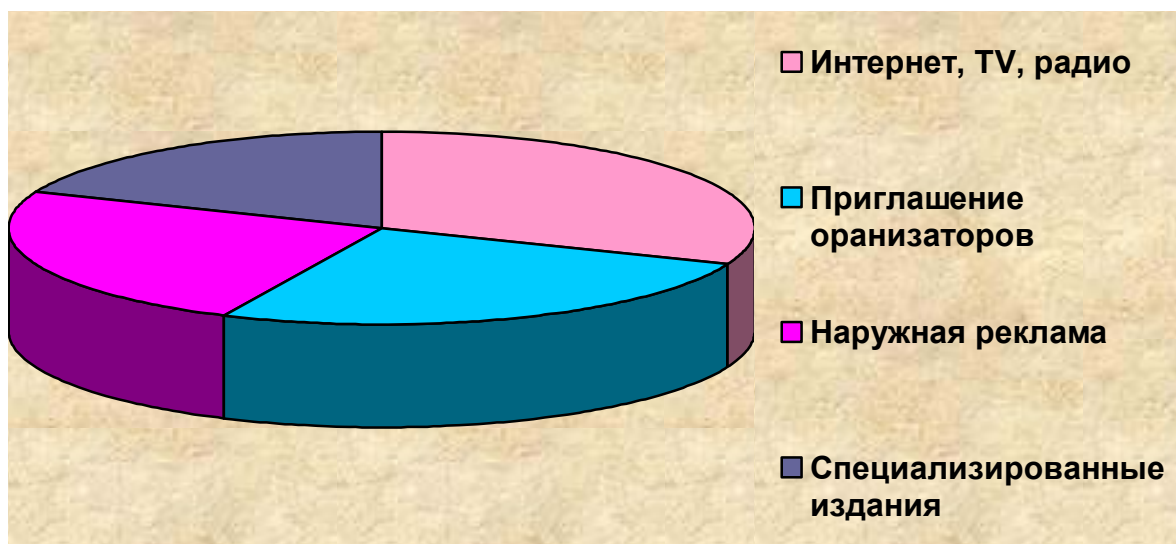


Получить информацию о строительной отрасли – 52%

Заключение договоров – 31%

Посещение деловой программы – 17%

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



Интернет, TV, радио – 31%

Приглашение организаторов (письмо, e-mail, телефон) – 26%

Наружная реклама (афиша, баннер, перетяжки) – 24%

Специализированные издания – 19%