

INMOPOLI alc-08 oct



3^a
edición



INMOPOLI
Feria inmobiliaria de 1^a Residencia
Vivienda Nueva de Alicante y Área Metropolitana

Del viernes 17 al domingo 19 de Octubre de 2008
Hotel Meliá Alicante - Salón Mediterráneo



INMOVAC
Feria inmobiliaria vacacional
Vivienda Nueva en Costa, Montaña y Nieve



Asesoran:



* **Nombre del Evento.-** INMOPOLI Alc
Feria Inmobiliaria de 1ª Residencia “ Vivienda nueva de Alicante, área metropolitana y provincia.”



* **Tipología del Expositor.-**
Promotor inmobiliario de calidad y con gran cantidad de producto.



* **Número de Empresas Expositoras.-**
Hasta un máximo de 25 seleccionados



* **Producto inmobiliario a exhibir.-**

- **INMOPOLI** - Vivienda nueva de 1ª Residencia (Libre y VPO)
 - Tipología diversa (Piso, Apartamento, adosado, unifamiliar, etc)
 - Área geográfica;
 - Alicante y área metropolitana



- **INMOVAC** - Vivienda nueva vacacional de Costa, Montaña y Nieve.
 - Tipología diversa (Piso, Apartamento, adosado, unifamiliar, etc)
 - Área geográfica
 - Alicante.- Desde el norte (Dénia), hasta el sur (Pilar de la Horadada)
 - Interior de la provincia de Alicante



* **Público objetivo.-**

- El espectro social, económico, sexo y de edad será amplio.
- Alicante capital, área metropolitana y provincia.
- Áreas interesadas en producto vacacional Madrid, Castilla La Mancha (Albacete, Ciudad Real)

Asesoran:



*** Lugar.-**

Hotel Meliá Alicante – Salón Mediterráneo (Entresuelo)
Plaza Puerta del Mar 3 - 03002 Alicante – España
www.meliaalicante.com



*** Fecha de celebración**

Del viernes 17 al domingo 19 de Octubre de 2008



*** Horario**

Viernes, Sábado y Domingo de 10 a 20 horas

*** Entrada.-** Gratuita

*** Asesores.-**



Proincasa
CONSULTORES INMOBILIARIOS



*** Organización y gestión.-**



*** Datos de contacto para información.-**

Teléfono.- 902 220 320

Fax.- 963 423 725

Email.- info@inmopoli.com

Web.- www.inmopoli.com

Asesoran:



1º El recinto

A la entrada del salón habrá una **pantalla gigante de televisión**, donde los expositores podrán exhibir sus diferentes promociones de forma breve mediante una película sin fin tipo vídeo o con fotos.

En esta zona habrán **azafatas que atenderán a los visitantes**, entregándoles el catálogo, material divulgativo de los Patrocinadores, etc., e instruyéndoles para que cumplimenten el formulario para participar en sorteos diferentes.

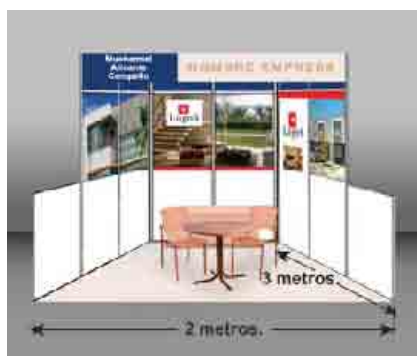
El espacio está ambientado y decorado, para crear un entorno adecuado. Se dispondrá de los pasillos oportunos para que los visitantes puedan transitar fácilmente.

Habrà una **zona de maquetas**, para que los visitantes puedan ver más detalladamente las diferentes promociones y para que sirva de argumento visual para la venta. La zona de maquetas estaría dispersa por el salón y en la medida de lo posible lo más próximo a los stands, para poder cumplir más eficazmente su fin comercial.

El salón dispondrá de una zona de asientos donde se podrá descansar, así como de una zona de cafetería gratuita para los expositores o para los visitantes con invitación.

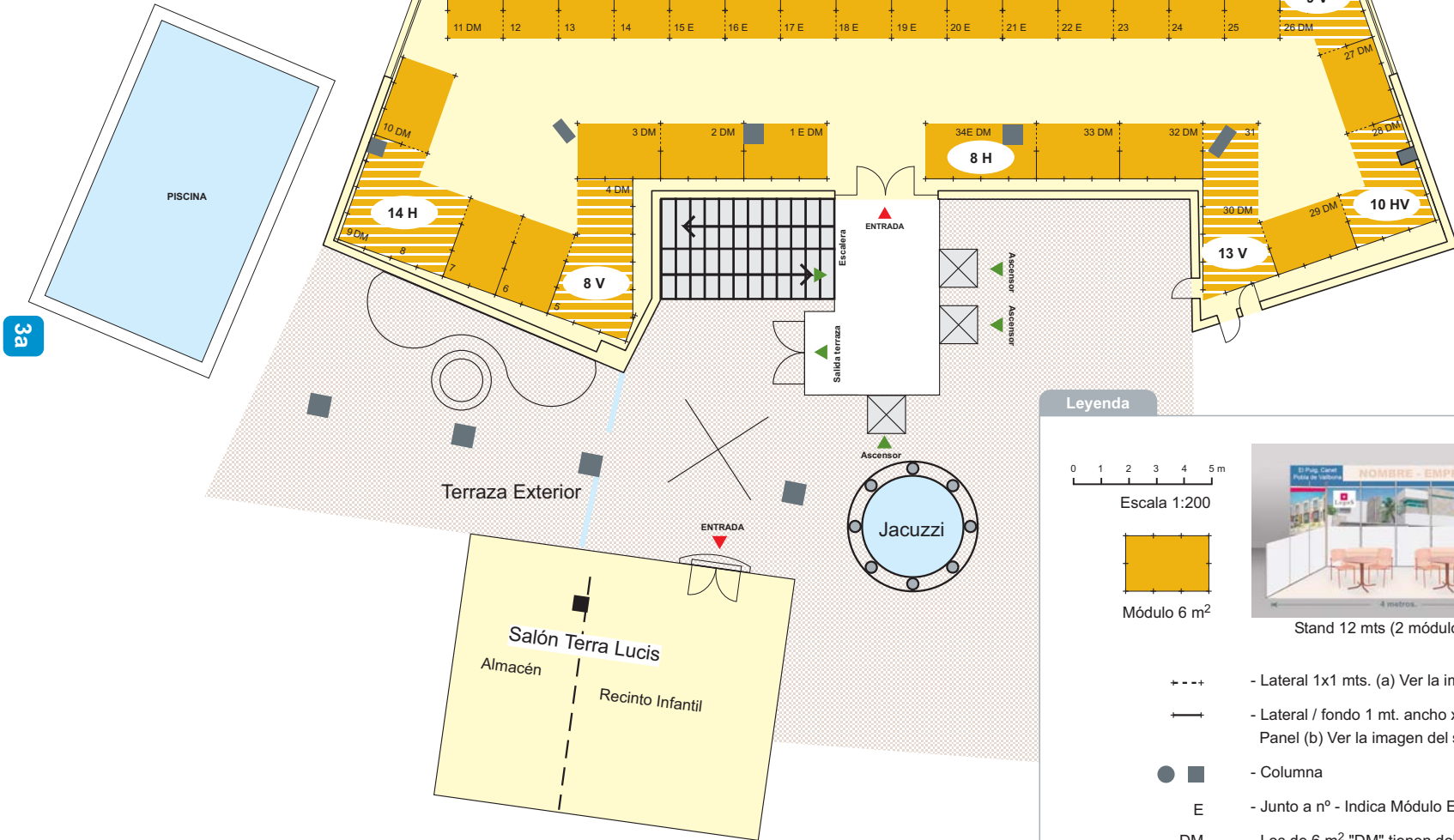
Se preparará un recinto infantil donde los niños que acompañan a sus padres puedan estar distraídos con payasos, animadores, con juegos / lectura y otros.

Se posibilitan módulos con una extensión base de 6 m², para crear espacios tipo **stand pre – montados**, con mesas y sillas, infografías, etc., con una superficie de 6, 12, 18, 24 m², donde los promotores inmobiliarios, aproximadamente hasta 25, presentan su producto y realizan las ventas durante un fin de semana largo (de viernes a domingo).



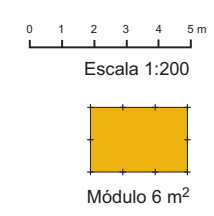
INMOPOLI alc-08

HOTEL MELIÁ ALICANTE
Salón-Mediterráneo



3a

Leyenda



- + - Lateral 1x1 mts. (a) Ver la imagen del stand
- + - Lateral / fondo 1 mt. ancho x 2,5 mts. alto
Panel (b) Ver la imagen del stand
- ■ - Columna
- E - Junto a n° - Indica Módulo Especial
- DM - Los de 6 m² "DM" tienen doble mobiliario

Nota

La Situación de los módulos es orientativa.
Sujeta a ligera variación por cuestiones de normativa en evacuación o técnicas.



Asesoran:



Asesoran:



2º Los expositores

*Expositores en la edición anterior de **INMOPOLI alc-08**



Los expositores podrán entregar a las personas que atiendan artículos de merchandising. Habrá un equipo de azafatas que además de atender a los visitantes, ofrecerá a los expositores asistencia en lo necesario.

Así mismo cuando atiendan a visitantes, les podrán ofrecer refrescos siendo las azafatas quienes se encargaran de la gestión.

Habrà un cupo de tickets por expositor, tanto para atenciones como para restauración. Así mismo habrá uno de Parking.

Los expositores podrán durante el evento tener precios promocionales, con el fin de incentivar a los compradores que hayan acudido.



3º Los visitantes



Los visitantes podrán cumplimentar un formulario por internet o soporte papel, en el que además de sus datos personales, reflejarán el tipo de producto inmobiliario en que están interesados, en que zona y una idea de precio.

Dicho formulario dispondrá de dos partes, una para efectos estadísticos y otra para participar en un sorteo de estancias en hoteles, viajes, regalo de un coche, entradas a CAC, a Terra Mítica, Cines, etc.,

Así mismo estos datos servirán como información de la demanda por parte de los compradores. Con el fin de poder facilitarla al promotor y para agilizar el proceso de acercamiento entre compradores y vendedores.

A los visitantes que tengan alguna reunión con los expositores, se les pagará dos horas de parking. Para validar el ticket, se le pondrá un sello.



Asesoran:



i 4º La difusión del evento

En fechas previas desde un mes antes se realiza una intensa campaña de comunicación y publicidad en diferentes medios como, entre otros, **radio, prensa diaria, autobuses, internet, etc.**



Son medios oficiales en radio la cadena Ser con su red de emisoras (Cadena 40, Dial, M80), en TV Localia, en prensa gratuita el diario 20 minutos, en internet Atrea y Llavetex, y en cada ciudad un periódico de pago de máxima difusión.



Hay una web (www.inmopoli.com) del evento con las empresas participantes y sus productos inmobiliarios. La web, se difundirá en la publicidad de radio, medios escritos y otros soportes.



Habrà un catálogo que se encartará en un periódico de máxima difusión, aproximadamente de 7 a 10 días antes de la celebración. Así mismo se entregará en mano a los visitantes, constará de:

- 1º Información del evento, Expositores y Plano.
- 2º Ficha informativa de cada una de las promociones.





Asesoran:

**1º.- Plan de Marketing -**

Acciones para dar a conocer el evento y que acuda público.

Hasta el **70% de los ingresos** brutos del evento se destinarán a una intensa campaña de publicidad para posibilitar el máximo de visitantes.

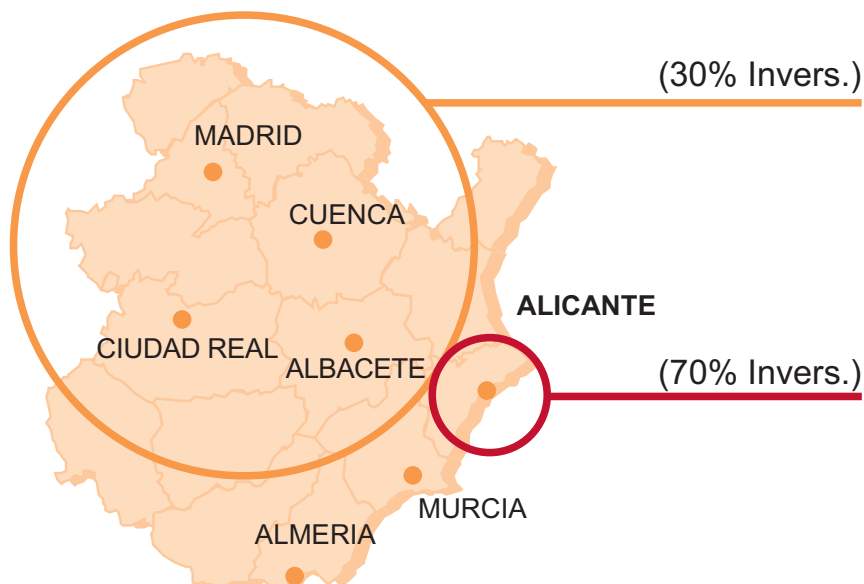
El esfuerzo fundamental se dirige para atraer público de Alicante capital y área metropolitana.

Se harán asimismo iniciativas para difundir INMOPOLI en Madrid, y provincias de Castilla la Mancha.

Plan de Marketing

CUANTO ▶ Hasta 70% de Ingresos

A QUIEN ▶ Residentes en Alicante, área metropolitana y provincia. (70% Invers.)
Residentes en Madrid, Albacete, Ciudad Real (30% Invers.)

**1.1 Comunicación.-**

* Fase Pre – Evento.-

- Presentación, ruedas de prensa, notas, entrevistas, etc., para darlo a conocer, expectativas, patrocinadores, expositores, etc.

* Fase Evento.-

- Notas de prensa, entrevistas a Expositores y visitantes

* Fase Post - Evento.-

- Notas de prensa, entrevistas, con las conclusiones, evaluación con datos de expositores, visitantes, operaciones realizadas, importe económico y perspectivas en los próximos meses. Previsiones para la siguiente edición.

Asesoran:



INMOPOLI ac-08



Asesoran:

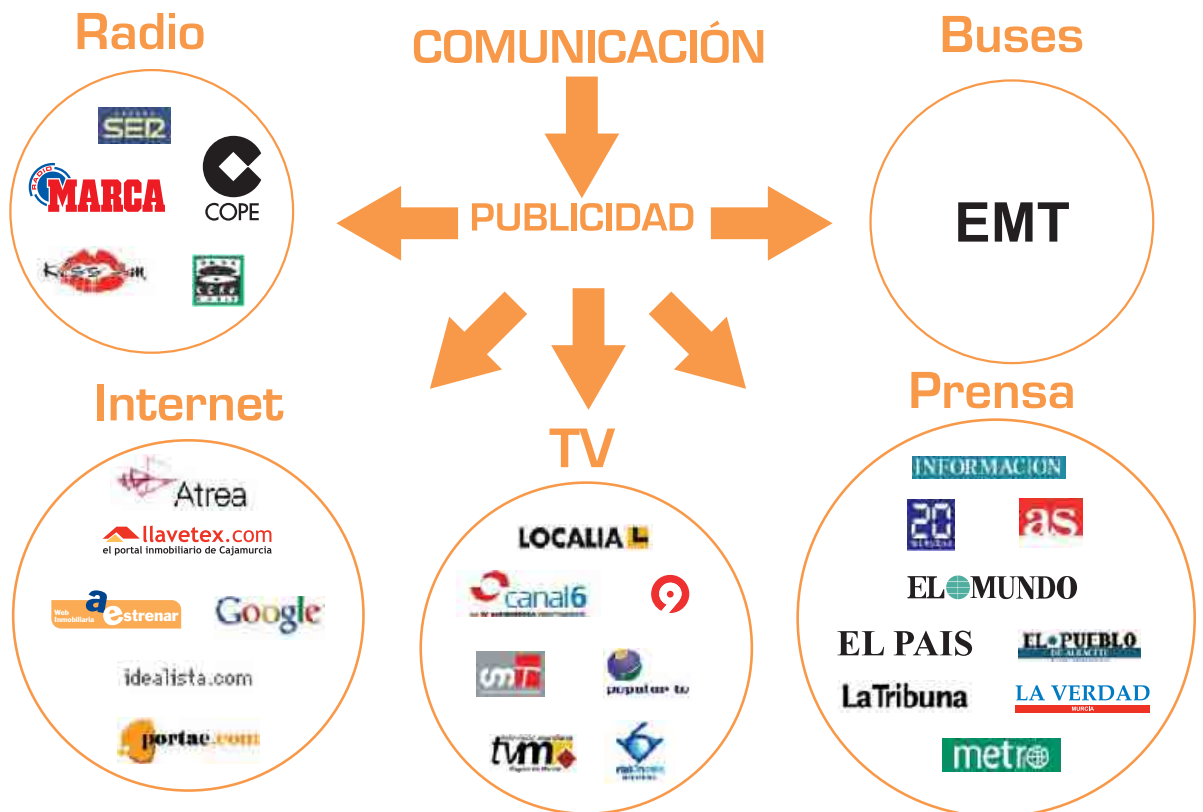


1.2 Publicidad.- Desde el mes anterior, hasta el día del evento

- * Público de Alicante capital y área metropolitana
 - Prensa.- Faldones, Portadas, encartes. Todo a color
 - * Información, Levante, El Mundo, El país, 20 minutos, Metro
 - * Catálogo para encarte en periódico
 - Radio.- Cuñas 20 segundos; Cadena 40, Cadena Dial, M80, Cope, Onda cero, Ser, Kiss FM, Radio Marca
 - TV.- Localia, Canal Nou
 - Bus EMT.- De 10 a 15 unidades
 - Bus área metropolitana.-
 - Internet.-
 - * Portales inmobiliarios y buscadores
 - Atrea, Google, Idealista, Portae, Llavetex, aestrenar, etc
 - * Periódicos digitales locales; Información, Levante, 20 minutos, etc

- * Público de resto de España
 - Prensa.- Faldones, Portadas, encartes. Todo a color
 - * La Tribuna, El Pueblo (Castilla La Mancha)
 - TV.- Localia (Castilla la Mancha, Madrid), Castilla la Mancha TV.
 - Bus capitales
 - Internet.-
 - * Portales inmobiliarios y buscadores
 - * Periódicos digitales; La Tribuna (Castilla La Mancha)

CON QUE ▶



Asesoran:



INMOPOLI alc-08



Asesoran:



1.3 Acciones comerciales.- Para el público

* Sorteos.- Mediante el cumplimentado de un formulario

- Vehículos Chevrolet
- Estancias en hotel cadena SH / Meliá
- Viajes de crucero (Mediterráneo)
- Entradas en parques temáticos (CAC, Terra Mítica, Terra Natura, Warner...)
- Tickets para bus Turistic o similar
- Entradas en cines

* Varios

- Facilidades de parking y restauración
- Posible asistencia de personajes famosos,
- Precios promocionales de los expositores e incentivos
- Acuerdos preferenciales en los medios para Expositores

Sorteo lotes



Sorteo Coche



ACCIÓN COMERCIAL

Tickets Gratis Bus Turistic



Sorteo Cruceros



Asesoran:



Facilidades para el EXPOSITOR



Facilidades para el VISITANTE





RESULTADOS: + VENTAS + CONTACTOS

INMOPOLI ac-08

12 CASTELLÓN

LA FERIA INMOBILIARIA SUPERA LAS 5.000 VISITAS DURANTE SU PRIMERA EDICIÓN EN LA CAPITAL DE LA PLANA Y VOLVERÁ EN OCTUBRE

Inmopoli supera expectativas y cierra su edición con un centenar de ventas

En la muestra las promotoras han recogido un total de 2.000 contactos

Los interesados eran de Castellón, Teruel, Zaragoza, Madrid y Valencia

YOLANDA IBARRA
CASTELLÓN

La feria inmobiliaria de primera residencia, la Inmopoli 2008, y la feria de segunda residencia, que se ha celebrado durante los últimos días en Castellón, cerró ayer sus puertas con un balance muy positivo y superando todas las expectativas, según señaló María Costa, desde Marimeda Global, organizadora del evento. Así, la muestra se ha celebrado con más de 5.000 visitantes y con un centenar de ventas.

La feria inmobiliaria de primera residencia, la Inmopoli 2008, y la feria de segunda residencia, que se ha celebrado durante los últimos días en Castellón, cerró ayer sus puertas con un balance muy positivo y superando todas las expectativas, según señaló María Costa, desde Marimeda Global, organizadora del evento. Así, la muestra se ha celebrado con más de 5.000 visitantes y con un centenar de ventas.

La feria inmobiliaria de primera residencia, la Inmopoli 2008, y la feria de segunda residencia, que se ha celebrado durante los últimos días en Castellón, cerró ayer sus puertas con un balance muy positivo y superando todas las expectativas, según señaló María Costa, desde Marimeda Global, organizadora del evento. Así, la muestra se ha celebrado con más de 5.000 visitantes y con un centenar de ventas.

10 COMUNIDAD

La feria Inmopoli logra vender 125 casas en su cita del fin de semana

Las inmobiliarias recibieron unas 3.500 visitas en las tres jornadas

LA FERIA INMOBILIARIA DE PRIMERA RESIDENCIA, LA INMOPOLI 2008, Y LA FERIA DE SEGUNDA RESIDENCIA, QUE SE HA CELEBRADO DURANTE LOS ÚLTIMOS DÍAS EN CASTELLÓN, CERRÓ AYER SUS PUERTAS CON UN BALANCE MUY POSITIVO Y SUPERANDO TODAS LAS EXPECTATIVAS, SEGUÑ SEÑALÓ MARÍA COSTA, DESDE MARIMEDA GLOBAL, ORGANIZADORA DEL EVENTO. ASÍ, LA MUESTRA SE HA CELEBRADO CON MÁS DE 5.000 VISITANTES Y CON UN CENTENAR DE VENTAS.

LA FERIA INMOBILIARIA DE PRIMERA RESIDENCIA, LA INMOPOLI 2008, Y LA FERIA DE SEGUNDA RESIDENCIA, QUE SE HA CELEBRADO DURANTE LOS ÚLTIMOS DÍAS EN CASTELLÓN, CERRÓ AYER SUS PUERTAS CON UN BALANCE MUY POSITIVO Y SUPERANDO TODAS LAS EXPECTATIVAS, SEGUÑ SEÑALÓ MARÍA COSTA, DESDE MARIMEDA GLOBAL, ORGANIZADORA DEL EVENTO. ASÍ, LA MUESTRA SE HA CELEBRADO CON MÁS DE 5.000 VISITANTES Y CON UN CENTENAR DE VENTAS.

Economía

FERIA INMOBILIARIA

Inmopoli cierra con la venta de 220 casas y un volumen de negocio de 70 millones

La primera y segunda residencia han centrado los operadores con 6.000 visitas en tres días

Leanda BMC Valencia

La feria Inmopoli Valencia, organizada por sus promotoras Inmopolis y Leanda BMC, ha conseguido en tres días un total de 220 ventas de primera y segunda residencia. El evento, que se ha celebrado en un espacio amplio y cómodo, y con una programación de actividades muy interesante, ha atraído a un gran número de visitantes y ha conseguido un volumen de negocio de 70 millones de euros.

El director de la organización de la feria, Leanda BMC, ha señalado que el éxito de la feria se debe a la gran acogida de los visitantes y a la presencia de los promotores de primera y segunda residencia, que han conseguido un volumen de negocio de 70 millones de euros.

El éxito de la feria se debe a la gran acogida de los visitantes y a la presencia de los promotores de primera y segunda residencia, que han conseguido un volumen de negocio de 70 millones de euros.

El éxito de la feria se debe a la gran acogida de los visitantes y a la presencia de los promotores de primera y segunda residencia, que han conseguido un volumen de negocio de 70 millones de euros.

¿Cómo se recuperará

¿Cómo se recuperará el mercado inmobiliario tras la crisis? Los expertos analizan el impacto de la crisis en el sector y ofrecen perspectivas de futuro.

El mercado inmobiliario español ha sufrido un golpe de gravedad en los últimos meses, con una caída del precio de venta de viviendas del 15 por ciento en los últimos tres meses. Los expertos analizan el impacto de la crisis en el sector y ofrecen perspectivas de futuro.