



## **Jarní veletrhy přicházejí s novou koncepcí**

**Společnost ABF je lídrem na poli veletržní správy a výstavnictví. Plány pro letošní rok, zajímavosti, novinky či číselné informace přináší v krátkém rozhovoru paní Maria Wohrabová, ředitelka obchodního týmu.**

### **1/ Kolik vystavovatelů se minulý rok jarních veletrhů zúčastnilo a kolik jich máte v současnosti?**

V roce 2010 se veletrhů, které však byly koncepčně odlišné, **účastnilo 430 vystavovatelů na ploše 10 029 m<sup>2</sup>**. Důležité je zmínit, že původně byly veletrhy FOR GARDEN a FOR HABITAT součástí veletrhů z bloku cíleného na rodinu FOR FAMILY, které jsou dnes oddělené a samostatně pořádané, což zajistí maximální zacílenost a individuální přístup.

Veletrhy o bydlení se vyčlenily v samostatný projekt s odbornějším zaměřením a vytvořily soubor veletrhů pro bydlení, veřejné prostory a zeleň, který je jednotně nazván FOR HABITAT.

FOR HABITAT, z něhož se samostatně vyčlenil nábytek - FOR FURNITURE a odborný veletrh zaměřený na vybavení veřejných prostor FOR OFFICE, FOR GARDEN, doplněný o odbornou část pro veřejnou a městskou zeleň FOR GREENERY

Díky profesionalizaci projektu a rozšíření ze soukromého bydlení i na veřejné prostory a prostranství, mají vystavovatelé větší zájem:

**Souboru se aktuálně účastní 515 vystavovatelů na ploše 12 500m<sup>2</sup>  
Nárůst vystavovatelů o 19%, plocha 24%. Kvalitnější vystavovatelé, větší expozice.**

Další novinou pro letošní rok je vyloučení přímého prodeje na veletrhu.

### **2/ Jaká je cílová skupina FOR HABITAT, kdo je typický návštěvník veletrhu?**

V roce 2010 byly veletrhy zaměřeny primárně na koncové zákazníky – stavebníky, domácnosti

V roce 2011 se zvyšuje profesionalita a odbornost, snažíme se oslovit nejen koncového zákazníka, ale i architektky, developery, projektanty, obchodníky. Stále, ale největší % návštěvníků tvoří zákazník, který si staví, či vybavuje byt, rekonstruuje, nebo tvoří zahradu.

### **3/ V jaké sekci cítíte největší nárůst?**

V části FOR GARDEN, který je ojedinělým projekt v ČR. Nárůst je především díky tomu, lidé stále více vynakládají vyšší investice do svých zahrad, a to nejen zahradnímu nábytku, ale i drobným stavbám na zahradě, kvalitním dřevinám a rostlinám.

Viz přednáška od kanadského designéra – domácí resort, téma budoucnosti.



#### **4/ Jaký je nový směr komunikace resp. cílová skupina a vznikla pro letošní rok nějaká nová zajímavá spolupráce?**

Veletrhy mají díky tradici dlouhodobou podporu nejrůznější subjektů z veřejné správy, pro letošní rok bych ale ráda vyzdvihla spolupráci s Asociací českých nábytkářů, která je zároveň spoluorganizátorem – zaručuje profesionalitu a účast přímých výrobců.

Novým směrem komunikace je určitě náš zájem o kvalitního a náročného návštěvníka, který je připravený investovat do bydlení. Samozřejmě nás těší návštěva všech.

#### **5/ Jakou očekáváte pro letošek návštěvnost?**

V roce 2010 bylo 40 000 platících návštěvníků na společném projektu FOR FAMILY.

Nyní i především díky vyšší specializace návštěvníka, klient mající zájem o bydlení, vybavení, zahradu a design očekáváme **20 až 30 000 návštěvníků.**