



Târgul EcoLogica

10 – 13 mai 2012

Cluj-Napoca

Un eveniment marca

monitorul **cj.ro**
știri. PR. evenimente

COORDONATELE EVENIMENTULUI

- Perioada:
- 10 – 13 mai 2012

- Durata:
- 4 zile (+ 1 zi montaj, 1 zi demontaj)

- Locația:
- Parcare Hipermarket Cora Cluj-Napoca (intrarea din față)

- Spațiu:
- 2500 mp

- Număr estimat de vizitatori în 4 zile de târg: 15.000



RETROSPECTIVĂ 2011

- **Editia din 2011 in cifre:**

- 20 expozanti – firme private si institutii publice
- Intre 4000 si 6000 vizitatori, public direct interesat de specificul targului
- Detalii despre editia 2011 le puteti gasi si pe www.cluj-ecologica.blogspot.com

- **Monitorizari:**

- <http://energie.businesslive.ro/se-apropie-ecologica-targ-de-energie-regenerabila/>
- http://www.natureenergy.ro/index.php?pag=7&id=1061&titlu_pagina=T%C3%A2rgul%20EcoLogica%202012-15%20mai%202011%20Cluj-Napoca,%20se%20bucur%C4%83%20de%20sus%C5%A3inerea%20autorit%C4%83%C5%A3ilor%20locale
- <http://www.time4news.ro/ultima-ora/cel-mai-mare-targ-de-energie-regenerabila-si-constructii-ecologice-va-avea-loc-la-cluj.html>
- <http://orasulcluj.ro/evenimente/2011/05/targul-ecologica/>
- <http://www.monitorulcj.ro/actualitate/3972-clujenii-interesati-de-solutiile-verzi>
- <http://centi.ro/?p=403>



IMAGINI 2011

Ziua a doua a targului



Deschiderea oficiala



Conferinta



Ziua a doua targ - exterior



PROMOVARE



PROMOVARE



27/04/2011



PROMOVARE



PROMOVARE



CONTEXT NAȚIONAL

- Sub condițiile impuse de UE țării noastre în ceea ce privește consumul de energie la nivelul fiecărei țări membre, România se află în plin proces de implementare a unor norme menite să vină în ajutorul acestor obiective.
- Piața produselor bio, a energiei regenerabile și a construcțiilor ecologice din România a început să ia amploare în ultimii 2 ani.
- Uniunea Europeană evaluează România ca țara cu cel mai mare potențial de a deveni lider regional în domeniul energiei regenerabile.
- În momentul de față, țara noastră este una din cele mai atractive piețe pentru domeniul eco și pentru investițiile în energia regenerabilă– este precizat în raportul întocmit de Ernst & Young.
- Astfel, România tinde să se axeze tot mai mult pe latura ecologică a diverselor domenii, de la construcții la metode de încălzire prin mijloace neconvenționale dar și nepoluante, inclusiv amenajarea interioară cu ajutorul produselor ecologice.
- Printre orașele din țară cu cel mai mare potențial în dezvoltarea acestei noi piețe, Cluj-Napoca este un principal punct de legătură a Transilvaniei cu Occidentul.



DE CE CLUJ-NAPOCA?

- Pentru că are o populație de 314.000 de mii de locuitori (conform ultimul recensământ, 2011, fără a ține seama de studenți)
- Pentru că în 2010, an de criză, a avut o creștere economică cu 28% mai mare decât în anul precedent, iar puterea de cumpărare a clujenilor a crescut. Iar pentru 2011 creșterea de 1,5%, deși mică, a existat.
- Pentru că amplasarea geografică deosebită îi permite să fie considerat un punct strategic pe harta economică a României.
- Pentru că în Cluj-Napoca, peste 30% din locuitori sunt interesați direct de produsele ecologice.
- Pentru că autoritățile sprijină inițiativele în domeniu.
- Pentru că numărul mare de locuitori permite dezvoltarea eficientă a acestor mijloace neconvenționale.
- Pentru că la Cluj s-a vândut cel mai scump apartament, în 2011, ceea ce înseamnă că acest domeniu dă semne clare de revenire.



MISIUNEA TÂRGULUI

- Acest târg are ca obiectiv principal informarea publicului asupra alternativelor în ceea ce privește construcția și amenajarea, încălzirea și transformarea locuinței lor într-una care poluează mai puțin.
- Cluj-Napoca este orașul în care cererea pentru sisteme care utilizează energie regenerabilă s-a dublat anul acesta. Prin urmare, un eveniment de acest fel este binevenit, și datorită faptului că informațiile pe care publicul le are despre acest domeniu sunt limitate.
- Firme din diferite domenii care sunt în directă legătură cu trendul recent adoptat, au nevoie de un loc în care să își expună produsele, să arate publicului exact cum sunt ele construite, modul în care funcționează și să explice cum anume se recuperează investiția inițială.
- Târgul nostru încurajează producătorii să expună chiar anumite tehnologii și construcții, pentru o mai bună înțelegere a mecanismului de funcționare.



MISIUNEA TÂRGULUI

- Misiunea acestui târg este de a aduce în prim plan fenomenul ecologic și de a-l sprijini prin diverse inițiative.
- De-a lungul timpului Monitorul de Cluj a realizat o varietate de proiecte legate strict de această temă, unul din ele fiind Monitorul Verde.
- Atenția de care s-a bucurat acest subiect în rândul cititorilor noștri face ca, târgul EcoLogica să fie un pas înspre dezvoltarea pe viitor al acestui concept.
- Susținem, așadar, noțiunea de case și vieți ecologice, dar, în același timp, dorim să aducem în fața publicului un număr cât mai mare de firme care sunt în directă legătură cu acest domeniu.
- Domenii de activitate:
 - construcții case din lemn
 - materiale de construcții ecologice
 - sisteme de energie regenerabilă: pompe de căldură, încălzirea în pardoseală, panouri solare, sisteme eoliene etc.
 - autoturisme ecologice
 - sisteme de filtrare și purificare a apei potabile
 - fose septice și modalități ecologice de distrugere a deșeurilor
 - sisteme de finanțare dar și consultanță în domeniu



PUBLIC ȚINTĂ

- Publicul acestui târg se împarte în 4 categorii distincte, categorii care vor asigura o diversitate în ofertele prezente dar și un trafic intens.
- Target 1:
 - 27 – 47 ani, familiști, cu venituri medii, persoane care au achiziționat un teren sau își permit să achiziționeze unul și își doresc o casă, însă nu au posibilitatea construirii uneia din cărămidă sau BCA.
- Target 2:
 - 40-60 ani, venituri medii-mari, persoane care au deja o locuință dar își doresc achiziționarea unei case de vacanță sau/și separat a unui mecanism bazat pe energie alternativă (panouri solare, încălzire în pardoseală, pompe de caldură etc).
- Target 3:
 - Persoane juridice, firme, care au nevoie de mijloace noi de energie pentru alimentare a unităților de funcționare, potențiali investitori, viitori parteneri ai firmelor expozante.
- Target 4:
 - Ecologiști convinși, persoane care doresc să folosească pentru încălzirea și decorarea casei metode eco.



AVANTAJELE PARTICIPĂRII

- Singurul târg de această amploare din Transilvania și din Cluj, primul târg de acest gen din regiune, axat doar pe energie regenerabilă și construcții ecologice.
- Organizarea târgului în cadrul unui centru comercial atrage după sine un număr mare de vizitatori, datorită tranzitului intens.
- Orașul Cluj-Napoca este în continuă expansiune, numărul de studenți care se stabilesc aici după terminarea studiilor fiind de aproximativ 70%. Din acest motiv, casele de lemn sunt o opțiune viabilă și impun costuri semnificativ reduse față de cele din cărămidă.
- Mediatizarea puternică a acestui eveniment va aduce în atenția publicului larg firmele și brandurile participante.
- Costurile reduse de participare comparativ cu alte târguri de profil și alte mijloace de promovare.



- Promovarea târgului se va face la nivel regional și va începe cu 3 săptămâni înaintea evenimentului.
- Suporturi folosite:
- A. Tranzit media – decorarea interioară a 15 autobuze/trolee RATUC
- B. Outdoor – decorarea a 2 cilindri amplasați în zona centrală a Clujului
 - Decorarea a 10 panouri în zonele centrale ale orașului dar și la intrările din Cluj-Napoca
 - Amplasare afișe pe 30 de stâlpi în zone centrale ale orașului
- C. Media – difuzări spoturi radio pe următoarele rețele: Radio Zu Cluj, Kiss Fm Cluj, Magic FM Cluj, Radio Impuls Cluj
 - machete și advertoriale în publicațiile: Monitorul de Cluj și Ziua de Cluj, 24 Fun, Casa si Biroul, Info Construct
 - realizarea unui supliment special cu o săptămână înaintea târgului și care să anunțe evenimentul: Monitorul Verde



- E. Online – banner web, advertoriale , știri pe următoarele site-uri: monitorulcj.ro, ecomagazin.ro, ziuadecj.ro, energielive.ro
- realizarea unui blog care să ajute atât participanții cât și vizitatorii cu răspunsuri la anumite întrebări legate de acest domeniu.
 - social media (cont facebook cu peste 1000 prieteni, pagina facebook)
- F. TV – spoturi video difuzate pe următoarele canale locale: Realitatea TV
- știri, prezența în emisiuni televizate (Realitatea TV, TVR Cluj)
- G. BTL – organizarea unor conferințe pe teme ecologice și de mediu, împreună cu partenerul local CENTI (Centrul de Transfer Tehnologic) care vor ajuta la popularizarea acestui târg în rândul potențialilor expozanți.



Monitorul Events marcă a **Monitorul de Cluj**

Tel.: 0264-597.703

www.monitorulcj.ro

Pentru modalitatile de inscriere contactati-ne la:

Project Manager: Anca Deac

anca.deac@monitorulcj.ro

PR Executive: Alina Boroş

alina.boros@monitorulcj.ro

0730-91.26.25

