



**АНАЛИЗ РАБОТЫ  
МЕЖДУНАРОДНОГО ФОРУМА  
«ПИВО 2009»**

В период с 19 по 22 мая в ГК «Жемчужина» была проведена 18-ая международная выставка-ярмарка Пиво-2009. В выставке приняли участие 123 отечественных и иностранных организаций (Бельгия, Англия, Венгрия, Германия, Италия, Беларусь, Литва, Нидерланды, Словакия, Чехия, Финляндия, Украина, Туркменистан), 2370 посетителей, из них: - 580 посетителей-специалистов.

**Информационная поддержка выставки:**

«КУБАНЬ» Информационное агентство, Краснодар;  
ExproMediaGroup, Ростов-на-Дону;  
ИнформЭКСПО, Москва;  
«Южный Федеральный», Ростов-на-Дону.

**Информационный партнер выставки:**

OBORUD.INFO – портал оборудования, Москва;  
InfoDrink, Москва;  
«КТ: Алкоголь» Группа компаний, Москва;  
Unipack.Ru, Москва;  
RUSSIAN FOOD & DRINKS MARKET MAGAZINE журнал, Санкт-Петербург;

«АВС-ПОРТАЛ» региональное информационно-рекламное издание,  
Краснодар;  
KavkazAir журнал, Железноводск;  
«БИЗНЕС ПИЩЕВЫХ ИНГРЕДИЕНТОВ», Москва;  
«PACKAGING NEWS» журнал, Москва;  
«ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ. PROD&PROD» журнал, Москва;  
«ПИВНОЕ ДЕЛО» международный аналитический журнал;  
«ЭФКАТЕ» ОАО, Сочи;  
СОЧИ.РУ Интернет портал города-курорта, Сочи.

**Генеральный информационный партнер:**

«ПИШЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ» Издательство ООО, Москва.

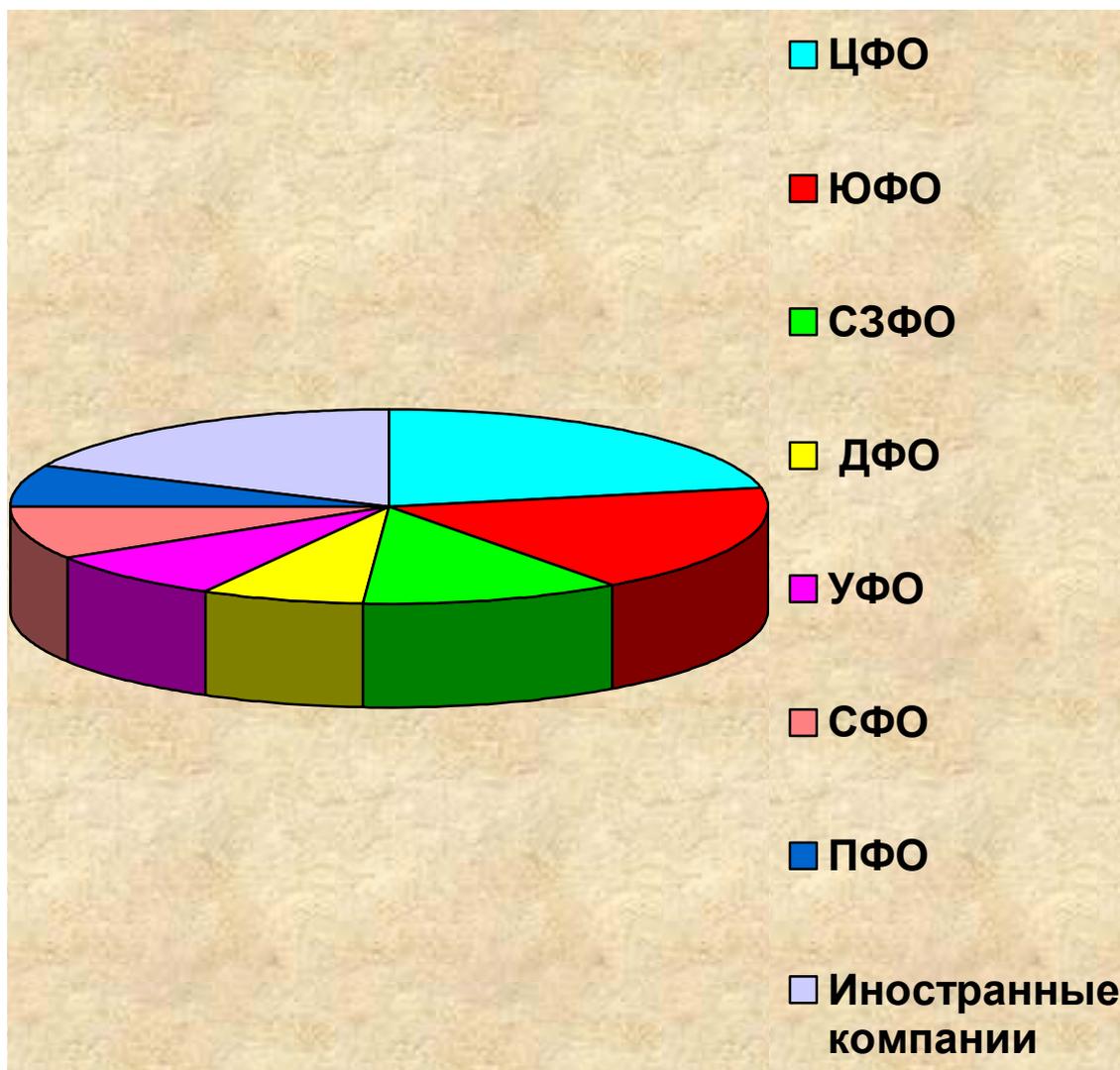
**Интернет-партнер:**

ОТДЫХ НА КУБАНИ.РУ, информационный портал, Краснодар.

# I. УЧАСТНИКИ



## A. География участников



Центральный Федеральный Округ – 22%

Южный Федеральный Округ – 18%

Северо-Западный Федеральный Округ – 11%

Дальневосточный Федеральный Округ – 7%

Уральский Федеральный Округ – 8%

Сибирский Федеральный Округ – 9%

Приволжский Федеральный Округ – 7 %

Иностранные компании – 18%

**В. Цели участия:**



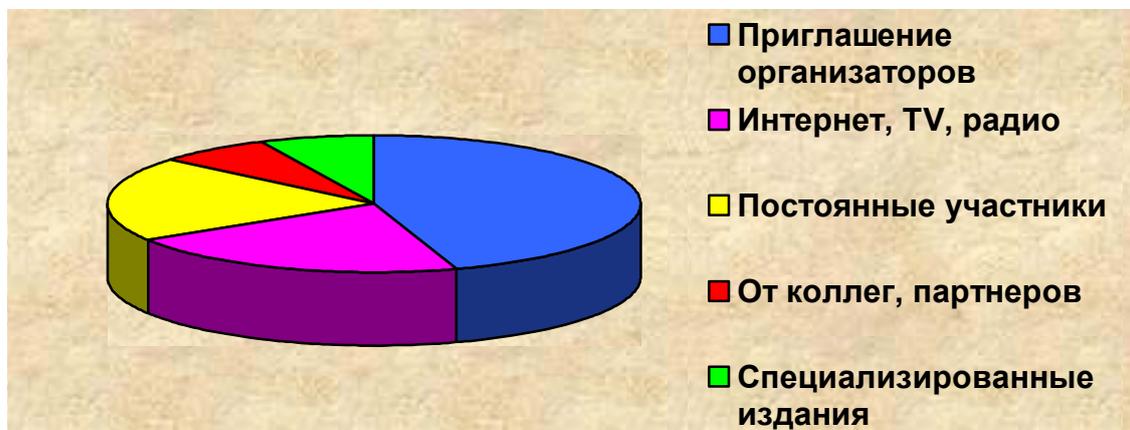
**Привлечение новых клиентов - 41%**

**Расширение рынка сбыта – 30%**

**Ознакомление с новыми тенденциями пивной отрасли – 16%**

**Сравнение предложений конкурентов – 13%**

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



**Приглашение организаторов – 45%**

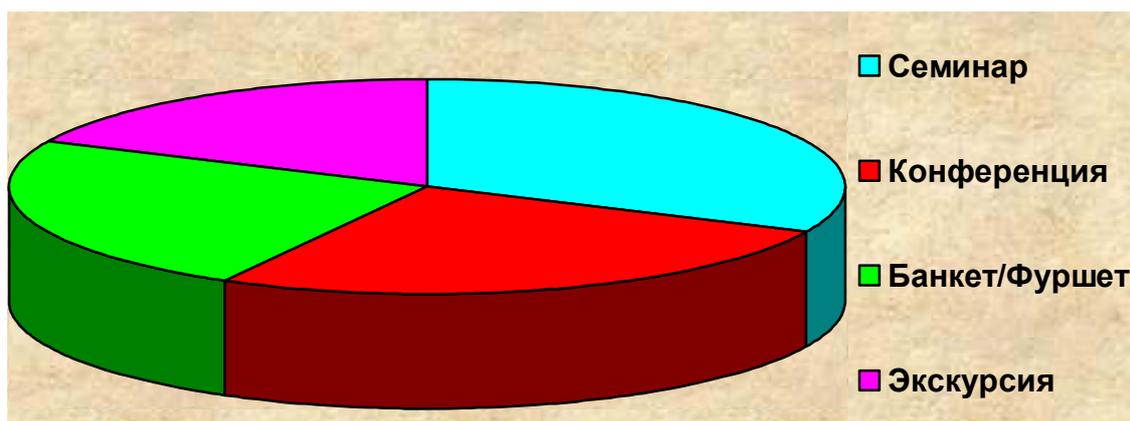
**Интернет, ТВ, радио – 21%**

**Постоянные участники – 20 %**

**От коллег, партнеров – 7%**

**Специализированные издания – 7%**

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



**Семинар – 32%**

**Конференция – 26%**

**Банкет/Фуршет – 24%**

**Экскурсия – 18%**

## Е. Преимущества выставки



**Отличный уровень организации выставки – 35%**

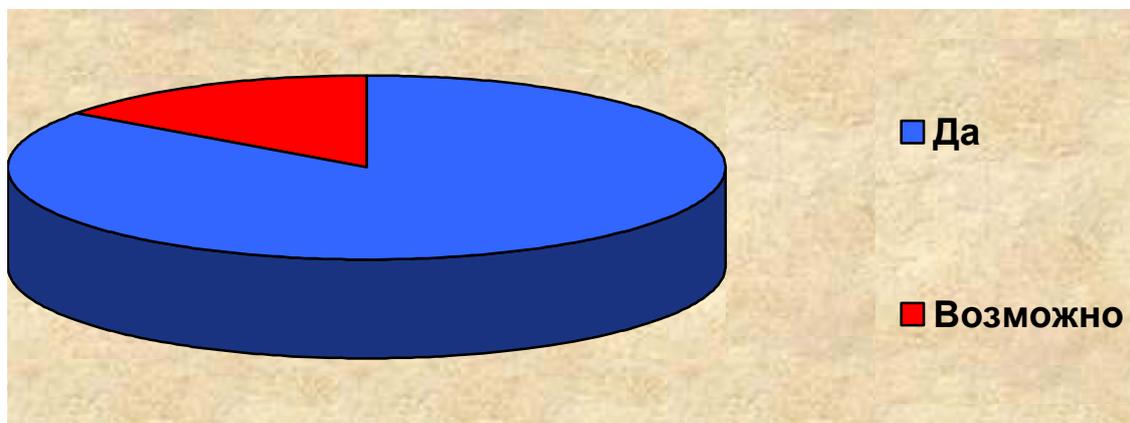
**Перспективные контракты – 23%**

**Сервисное обслуживание – 15%**

**Интересная деловая программа – 14%**

**Хорошее санитарное состояние – 13%**

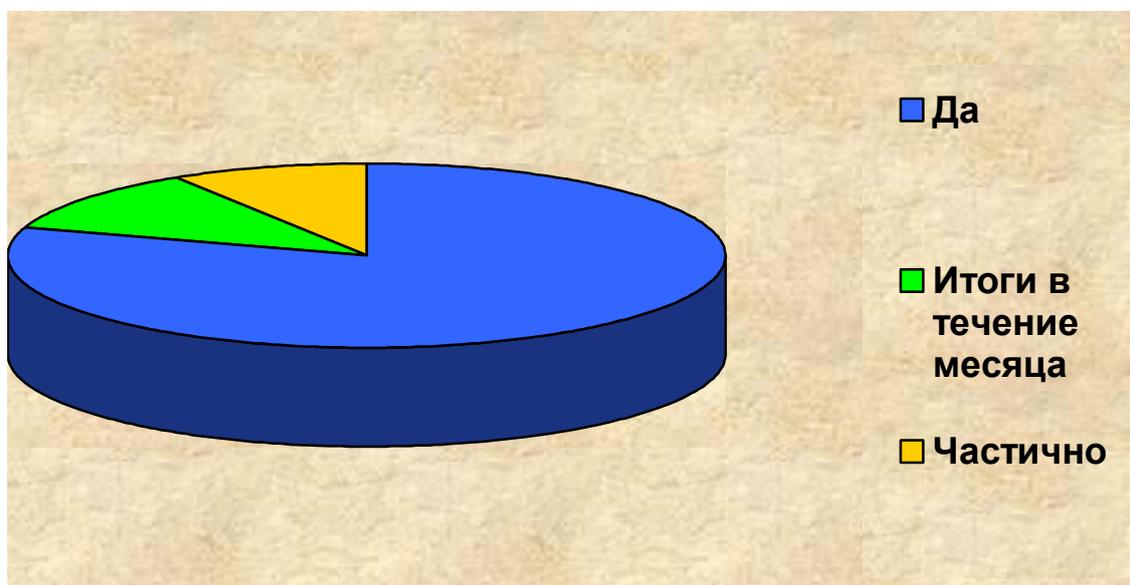
**Ф. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?**



**Да – 85%**

**Возможно – 15%**

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



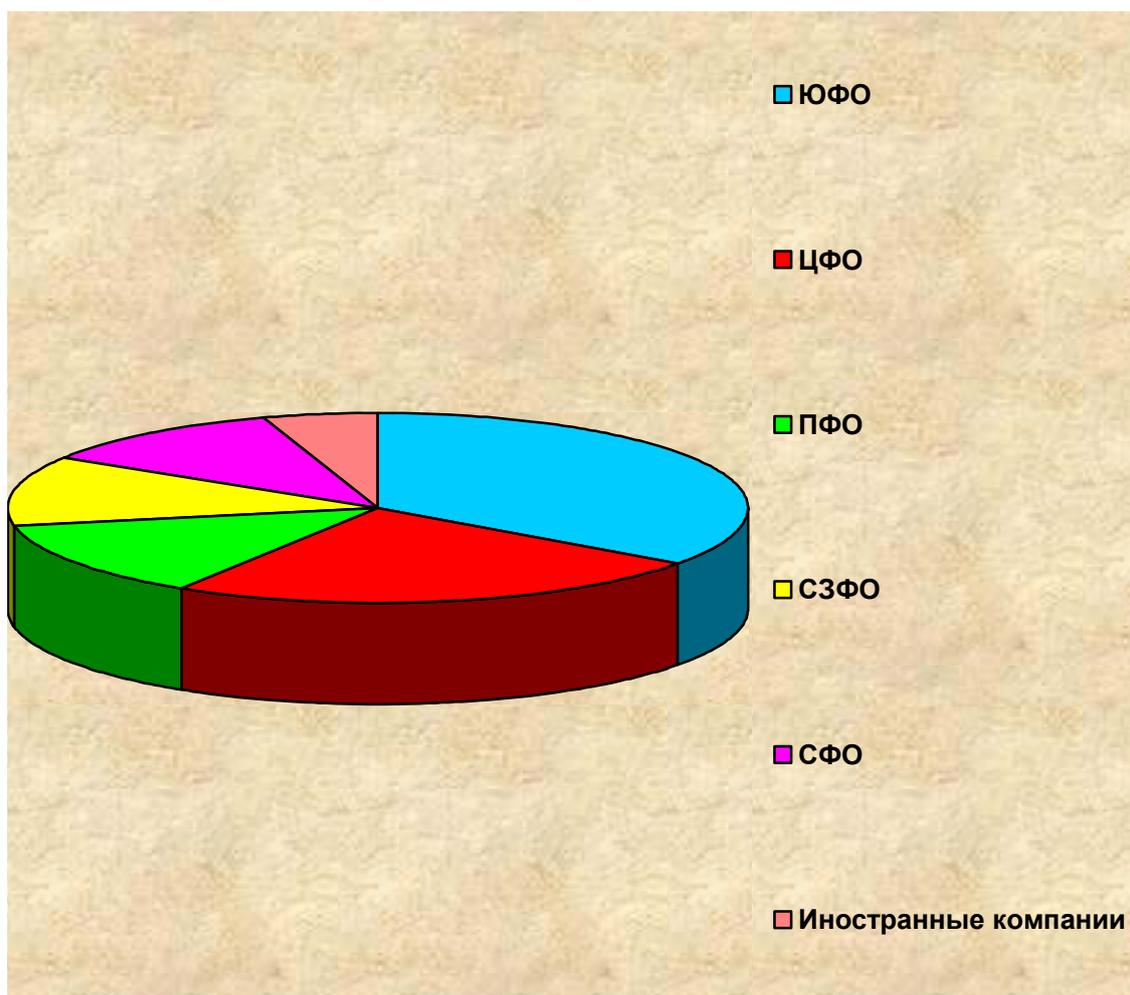
**Да – 80%**

**Итоги в течение месяца – 11%**

**Частично – 9%**

## II. ПОСЕТИТЕЛИ

### A. География посетителей



**Южный Федеральный округ – 35%**

**Центральный Федеральный округ – 24%**

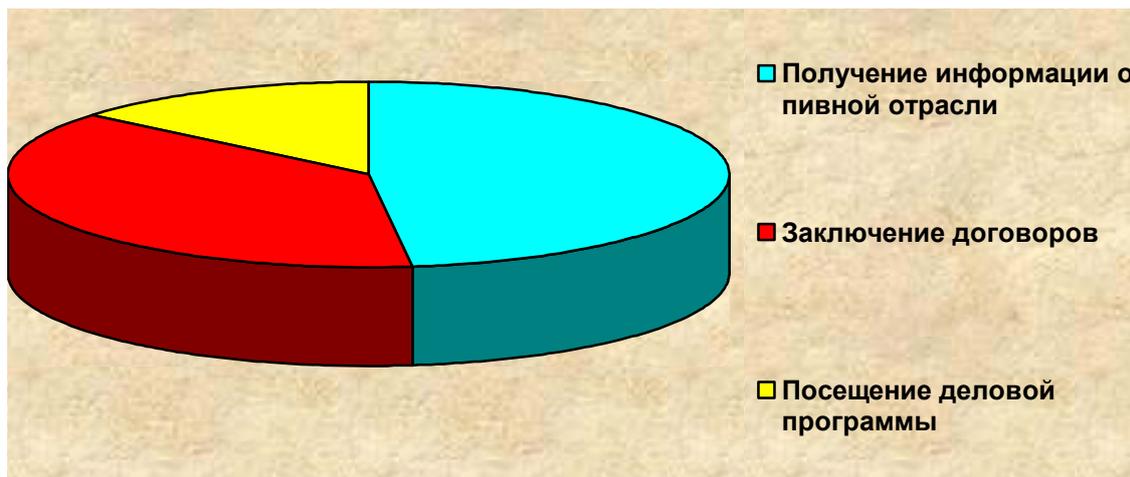
**Приволжский Федеральный округ – 13%**

**Северо-Западный Федеральный округ – 12%**

**Сибирский Федеральный округ – 11%**

**Иностранные компании – 5 %**

### В. Цели посещения выставки:



**Получение информации о пивной отрасли – 48%**

**Заключение договоров – 38%**

**Посещение деловой программы – 14%**

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



**Приглашение организаторов – 37%**

**Интернет, TV, радио – 26%**

**Наружная реклама (афиша, баннер, перетяжки) – 16%**

**Специализированные издания (газеты, журналы, каталоги) – 12%**

**Постоянные участники - 5%**

**От коллег, партнеров – 4%**