



**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;
ExpoMediaGroup, 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.

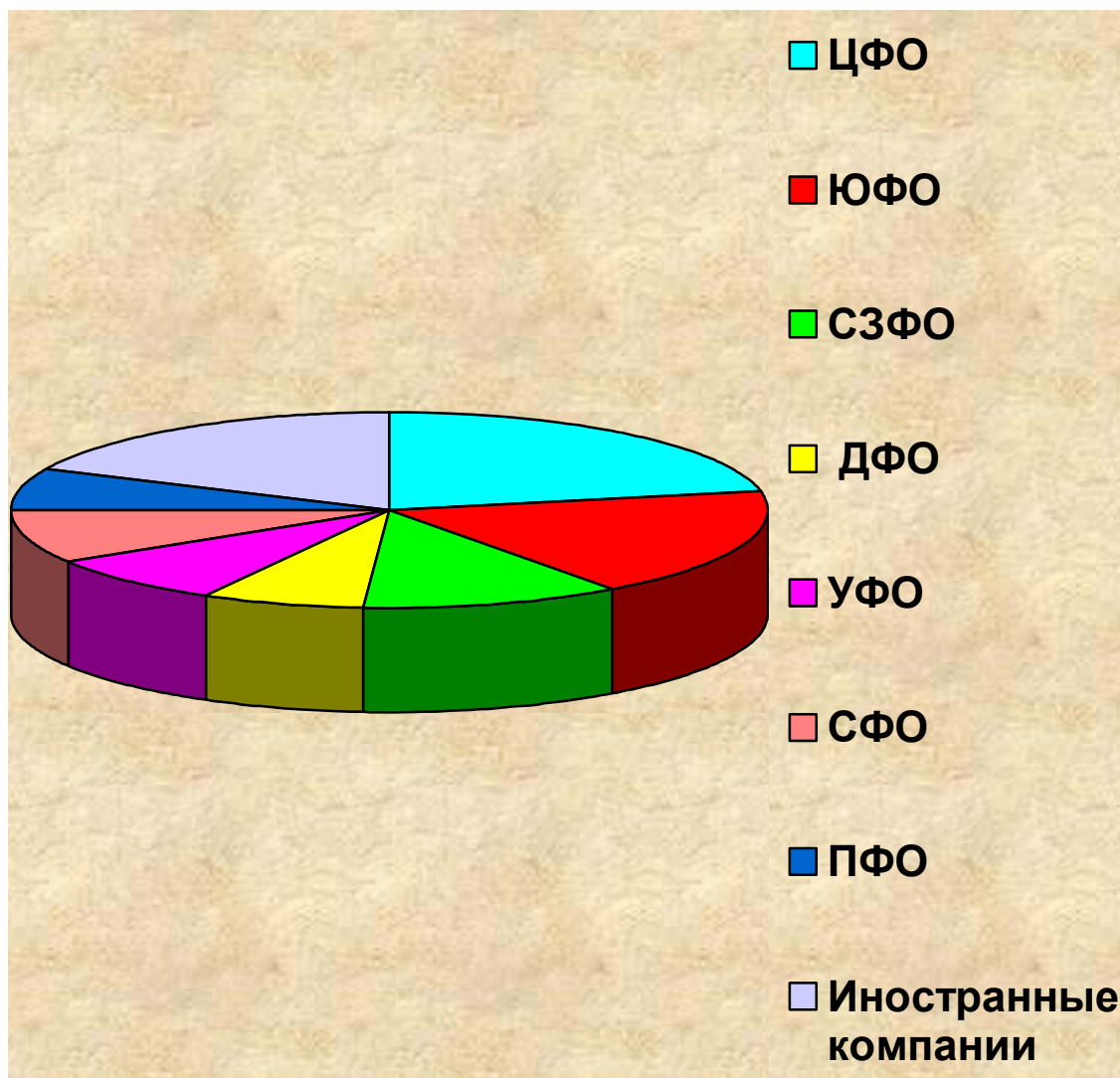
Интернет-партнер:

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%

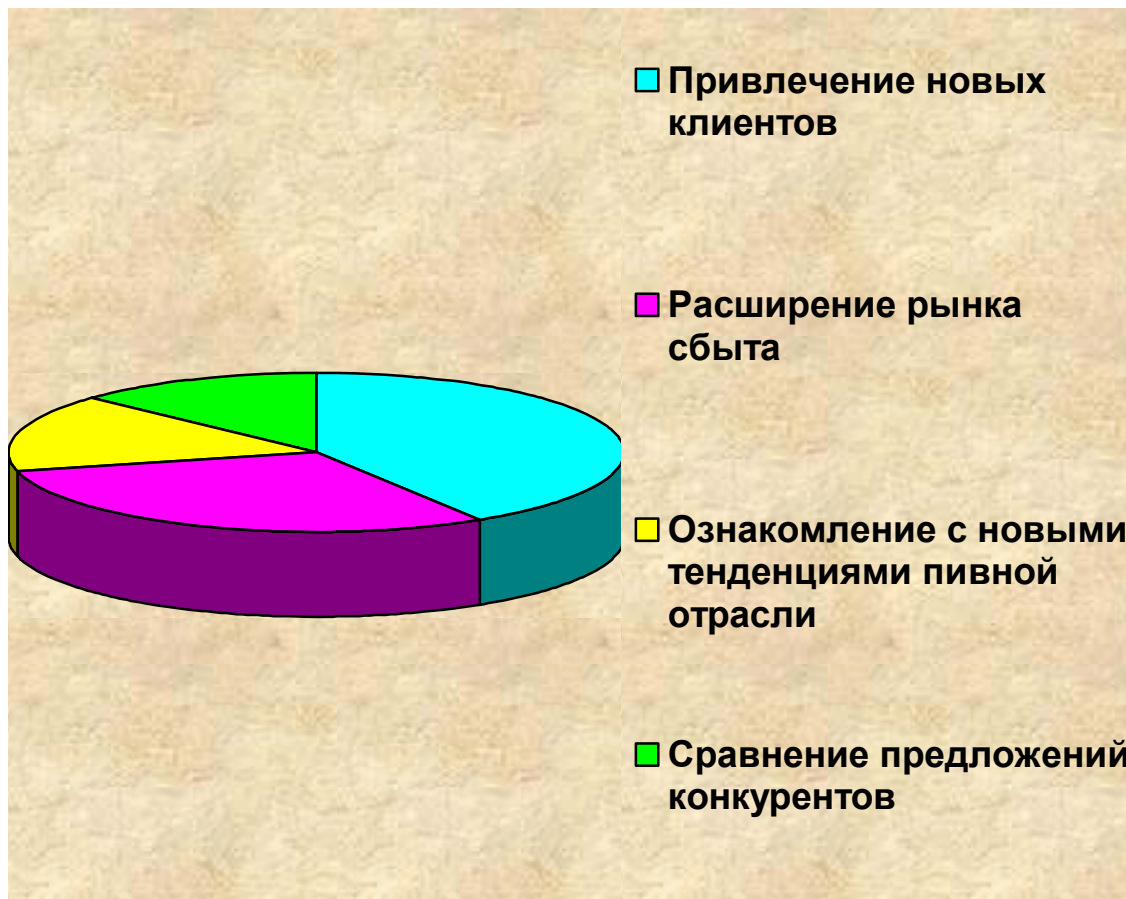
Уральский Федеральный Округ – 8%

Сибирский Федеральный Округ – 9%

Приволжский Федеральный Округ – 7 %

Иностранные компании – 18%

В. Цели участия:



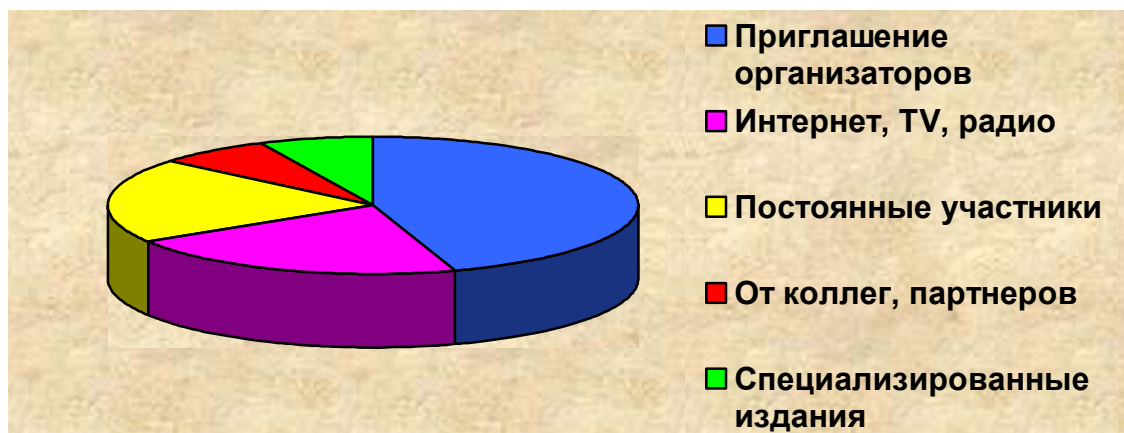
Привлечение новых клиентов - 41%

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%

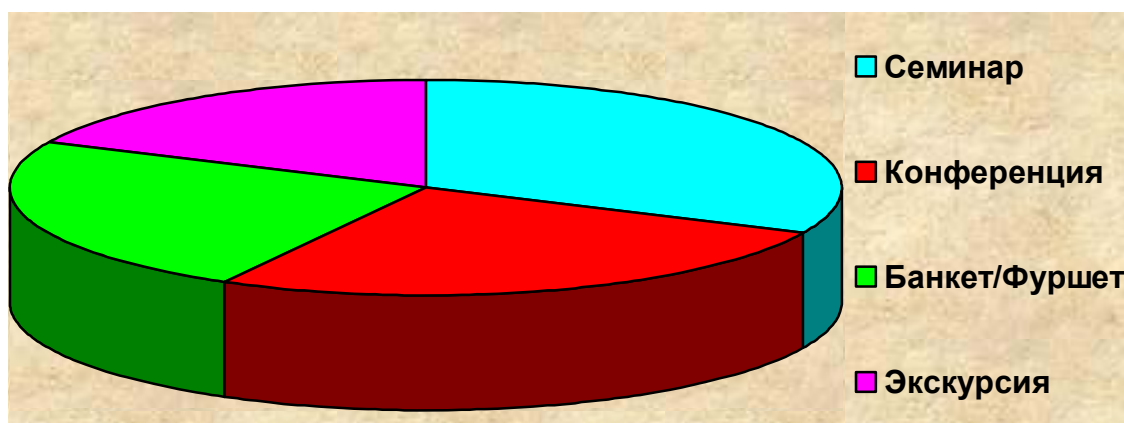
Интернет, ТВ, радио – 21%

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%

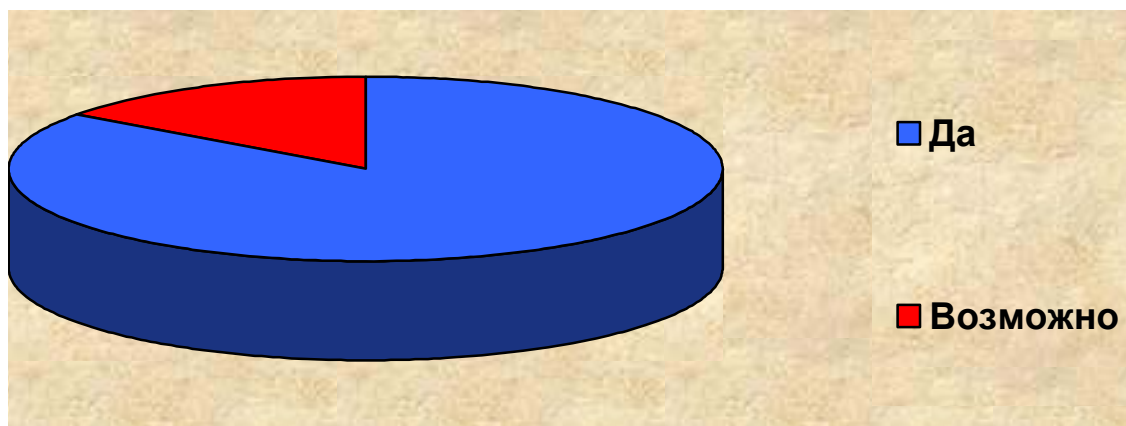
Перспективные контракты – 23%

Сервисное обслуживание – 15%

Интересная деловая программа – 14%

Хорошее санитарное состояние – 13%

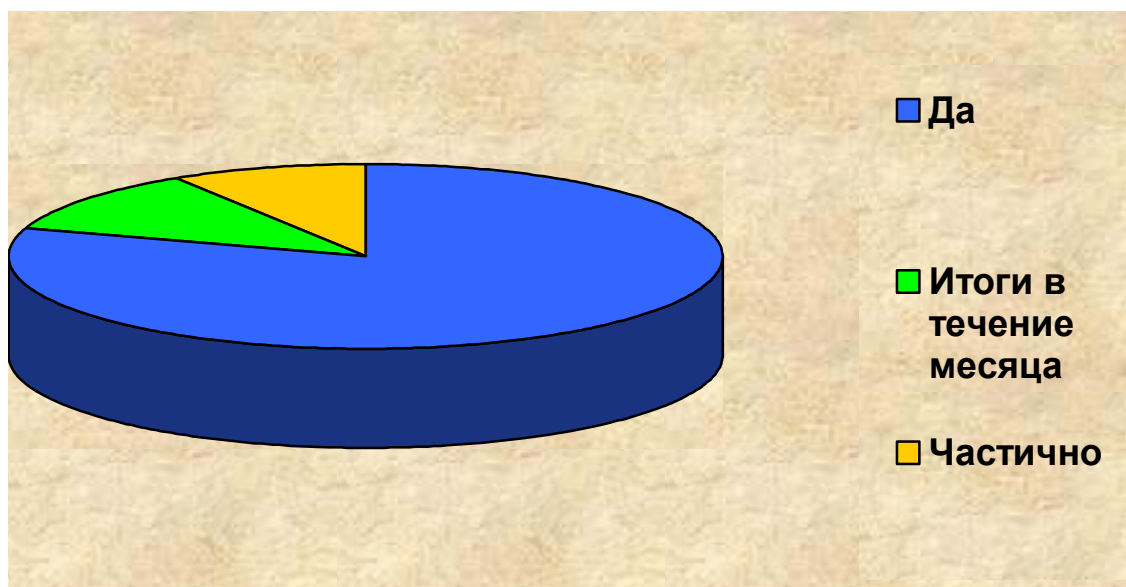
Ф. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?



Да – 85%

Возможно – 15%

Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?



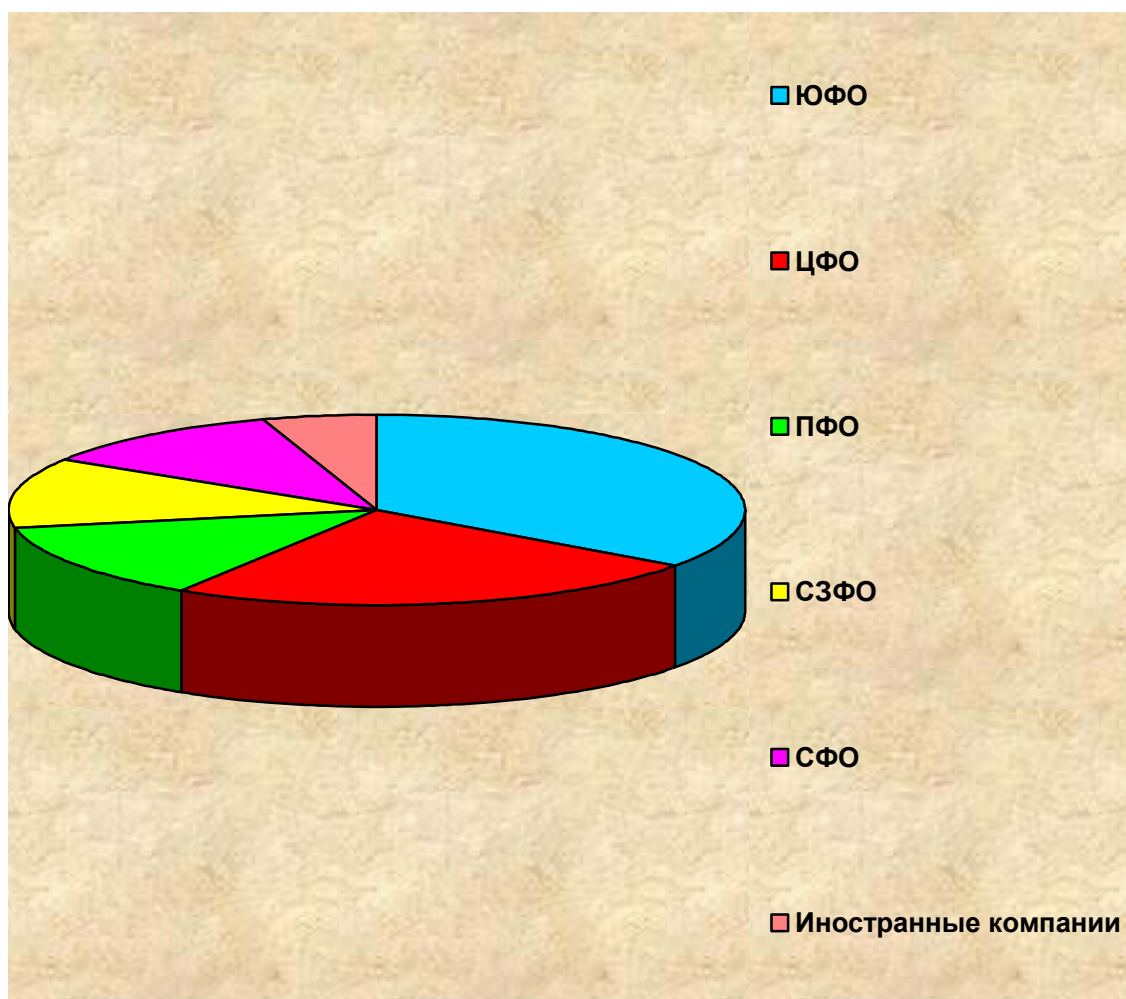
Да – 80%

Итоги в течение месяца – 11%

Частично – 9%

II. ПОСЕТИТЕЛИ

A. География посетителей



Южный Федеральный округ – 35%

Центральный Федеральный округ – 24%

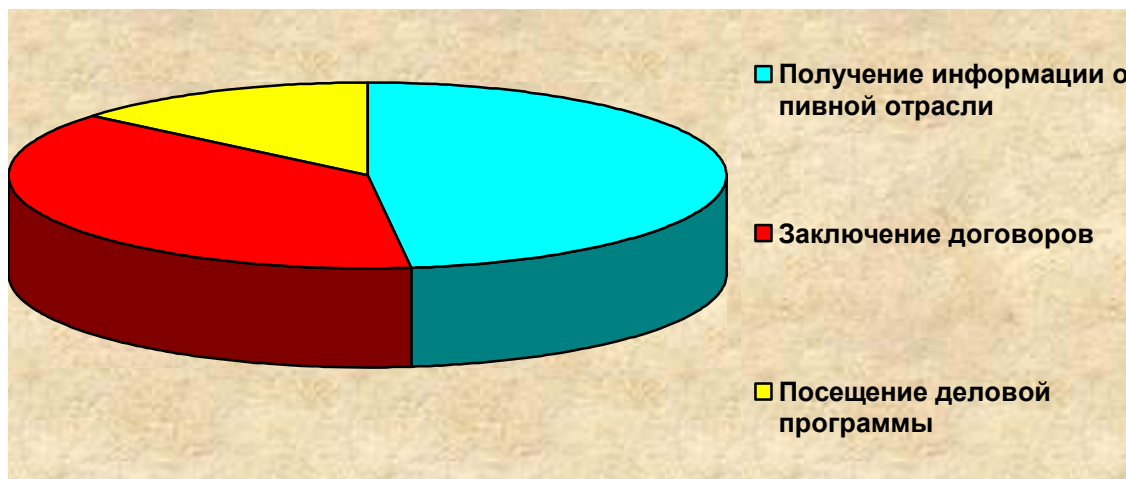
Приволжский Федеральный округ – 13%

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%