



## **АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ «Вино-Водка-2011» «Мир Воды-2011»**

В период с 25 по 27 августа в ГК «Жемчужина» была проведена XVIII-ая международная специализированная выставка-ярмарка «Вино-Водка-2011» «Мир Воды-2011». В выставке приняли участие 71 компания, 3165 посетителей, из них: - 23% посетителей-специалистов. Нетто -790; Брутто-1300.

### **При содействии:**

- Министерства сельского хозяйства Российской Федерации
- Минсельхоза России
- Всероссийский научно-исследовательский институт пивоваренной, безалкогольной и винодельческой промышленности г. Москва
- Института пищевых биотехнологий Российской академии с/х наук
- Торгово-промышленной палаты Краснодарского края
- Администрации г. Сочи
- Торгово-промышленной палаты г. Сочи

### **Генеральный информационный партнер выставки:**

- « ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ » Издательство» ООО, Москва

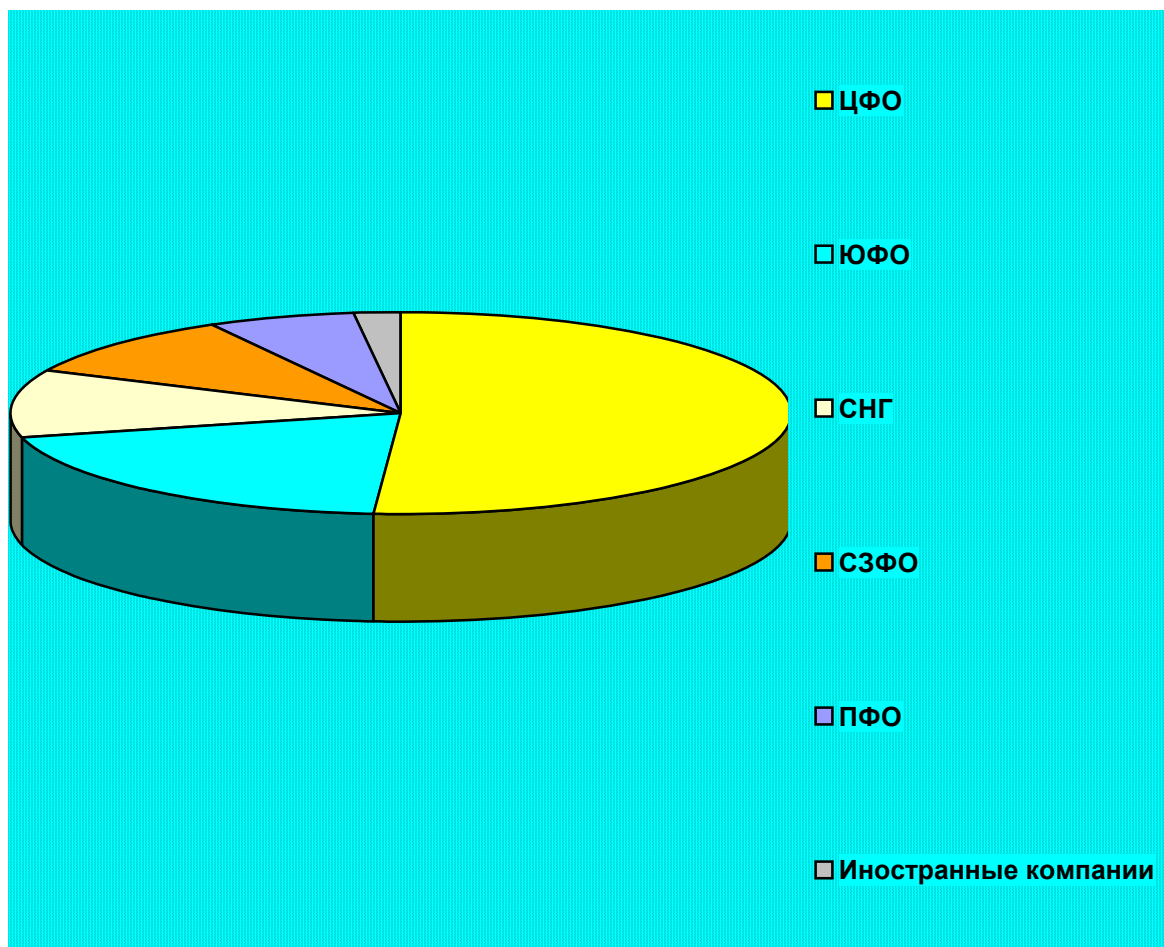
### **Информационный партнер выставки:**

- ВОДООЧИСТКА. ВОДОПОДГОТОВКА. ВОДОСНАБЖЕНИЕ (ВВВ) журнал, Москва
- «AQUA-MERCATUS. РЫНОК ВОДЫ И НАПИТКОВ» Международный аналитический журнал, Харьков
- ПИВНОЕ ДЕЛО международный аналитический журнал, Харьков
- «ИМПЕРИЯ ВКУСА» журнал о напитках, Санкт-
- «ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ. PROD&PROD» журнал, Москва
- RUSSIAN FOOD & DRINKS MARKET MAGAZINE журнал, Санкт-Петербург

- «РУССКАЯ ВОДКА+» международный журнал алкогольного бизнеса, Москва
- «ТАРА И УПАКОВКА» журнал, Москва
- «ИНДУСТРИЯ НАПИТКОВ» журнал, Санкт-Петербург
- «СПИРТНЫЕ НАПИТКИ» журнал, Москва
- «На Кубани.ру» ООО, Краснодар
- «АИТЭРА» Агентство Информационных Технологий, Москва
- KavkazAir Журнал, Железноводск
- «ЭФКАТЕ» ОАО, Сочи
- СОЧИ.СОМ Интернет портал города-курорта, Сочи
- «ЗОЛОТО СОЧИ» Городской Интернет-портал, Сочи

# І. УЧАСТНИКИ

## А. География участников



**Центральный Федеральный Округ– 51%**

**Южный Федеральный Округ–20%**

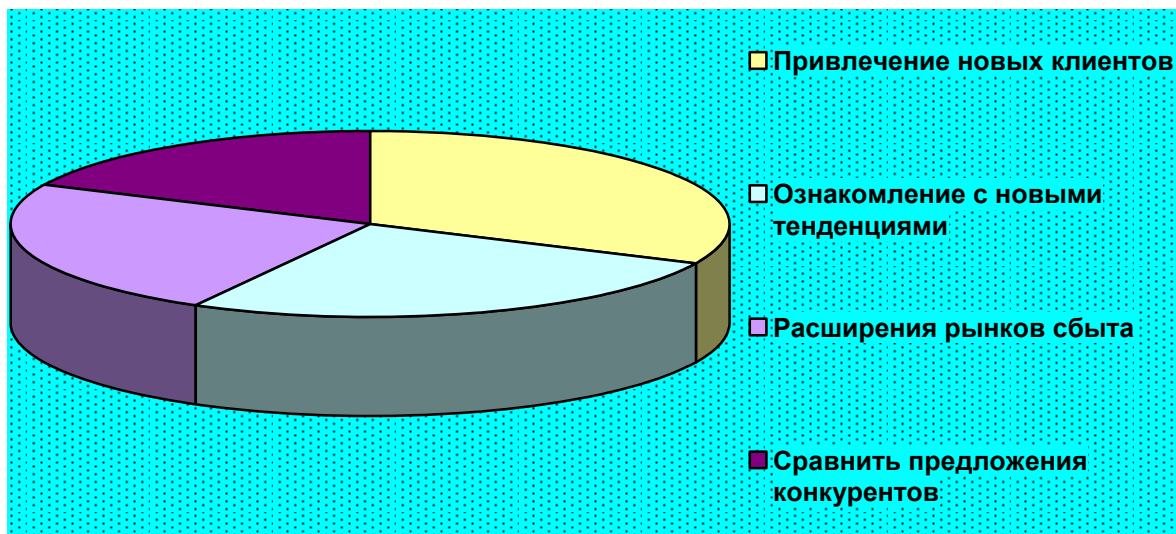
**СНГ –11%**

**Северо-Западный Федеральный Округ – 10%**

**Приволжский Федеральный Округ – 6%**

**Иностранные компании – 2 %**

**В. Цели участия:**



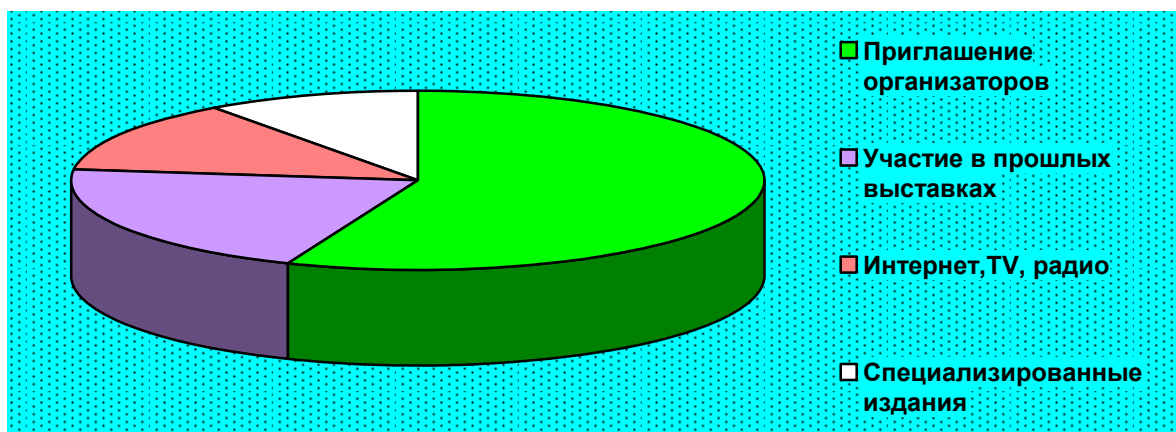
**Привлечение новых клиентов – 32%**

**Ознакомление с новыми тенденциями отрасли – 26%**

**Расширение рынков сбыта – 24%**

**Сравнить предложения конкурентов – 18%**

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



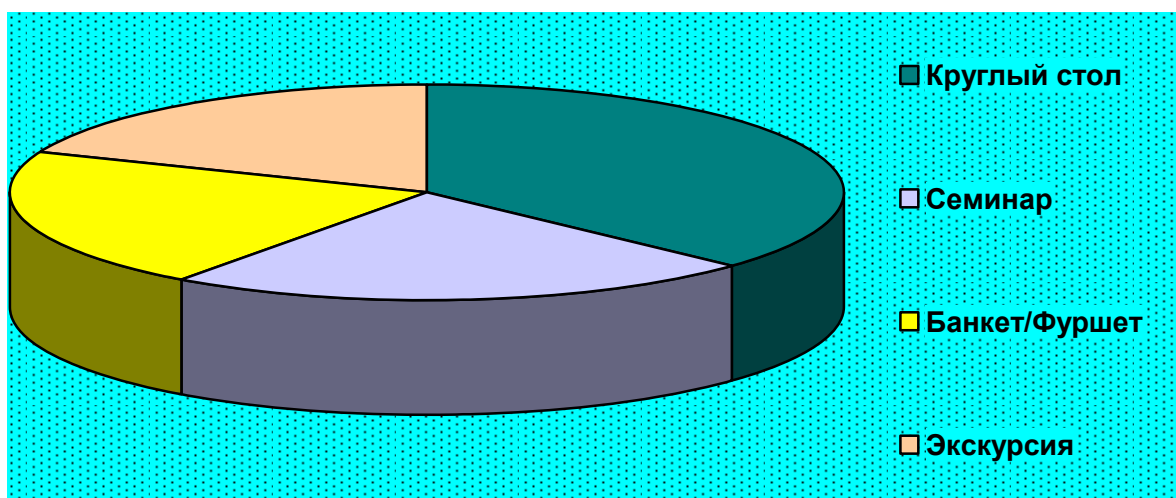
**Приглашение организаторов – 56%**

**Участие в прошлых выставках – 21%**

**Интернет, TV, радио – 13%**

**Специализированные издания – 10 %**

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



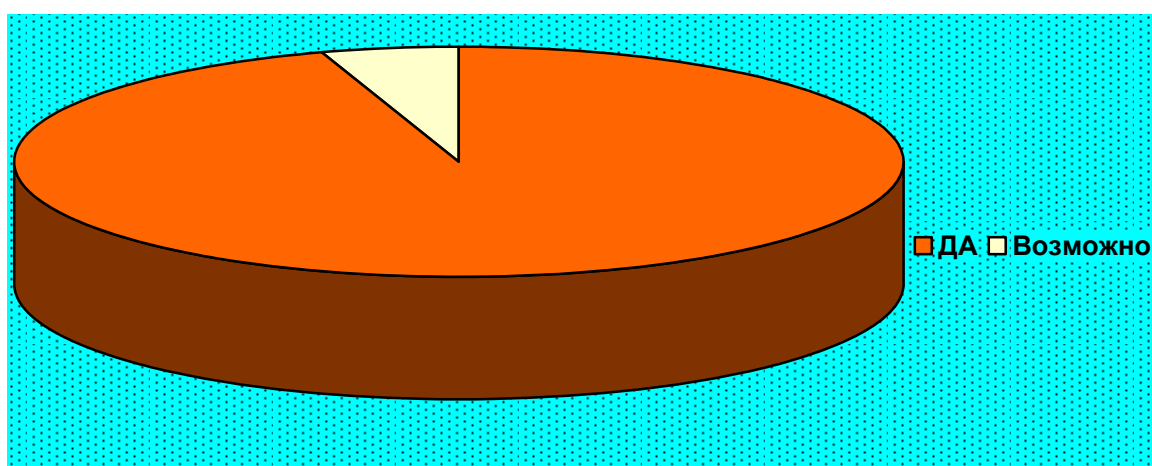
**Круглый стол – 37%**

**Семинар – 23%**

**Банкет/Фуршет – 21%**

**Экскурсия – 19%**

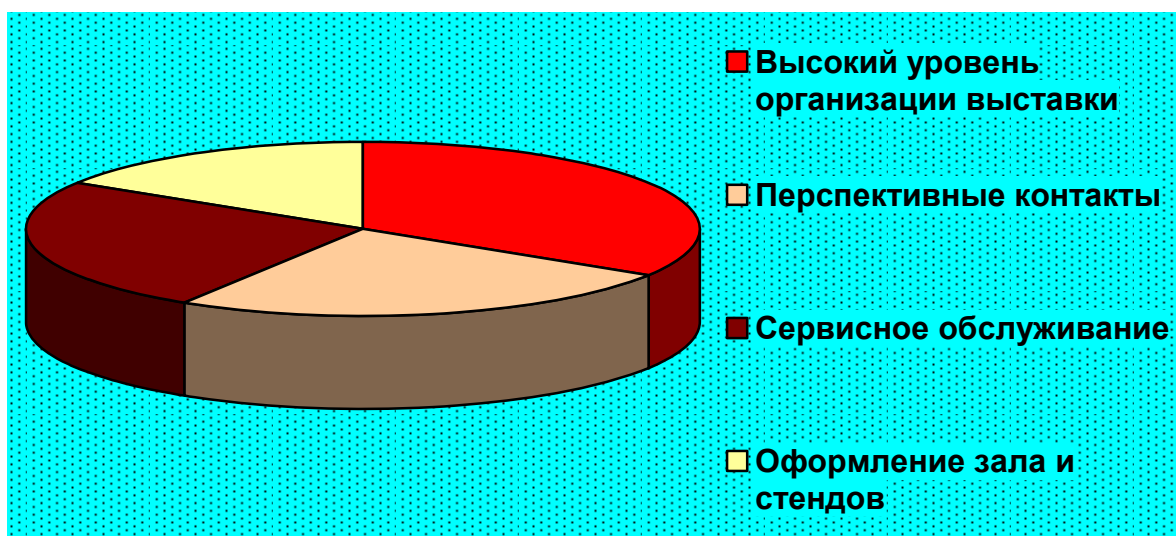
**Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?**



**Да – 95%**

**Возможно – 5%**

### Ф. Преимущества выставки



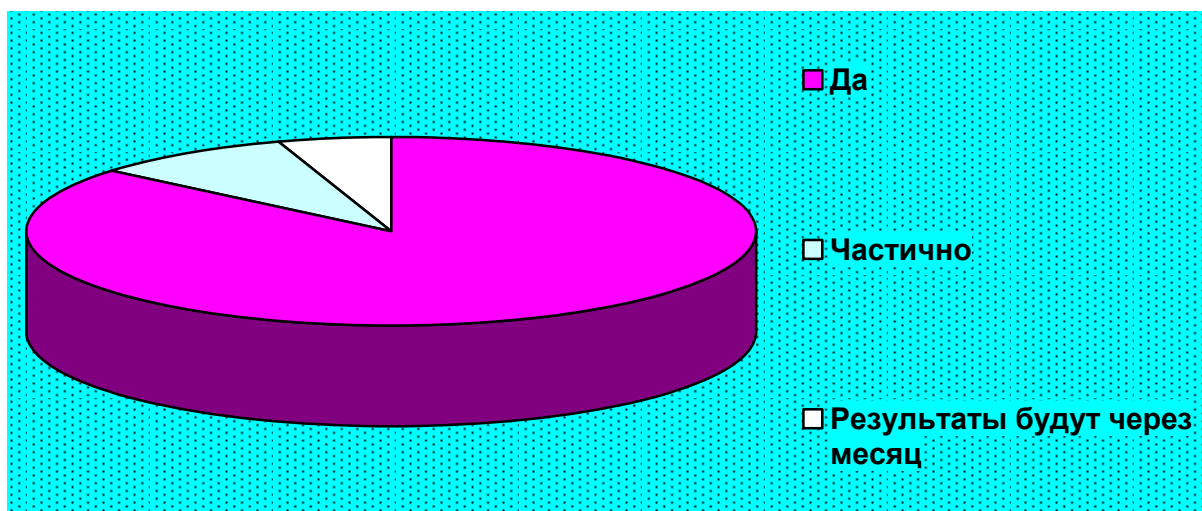
Высокий уровень организации выставки – 34%

Перспективные контакты – 25%

Сервисное обслуживание – 25%

Оформление зала и стендов - 16%

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



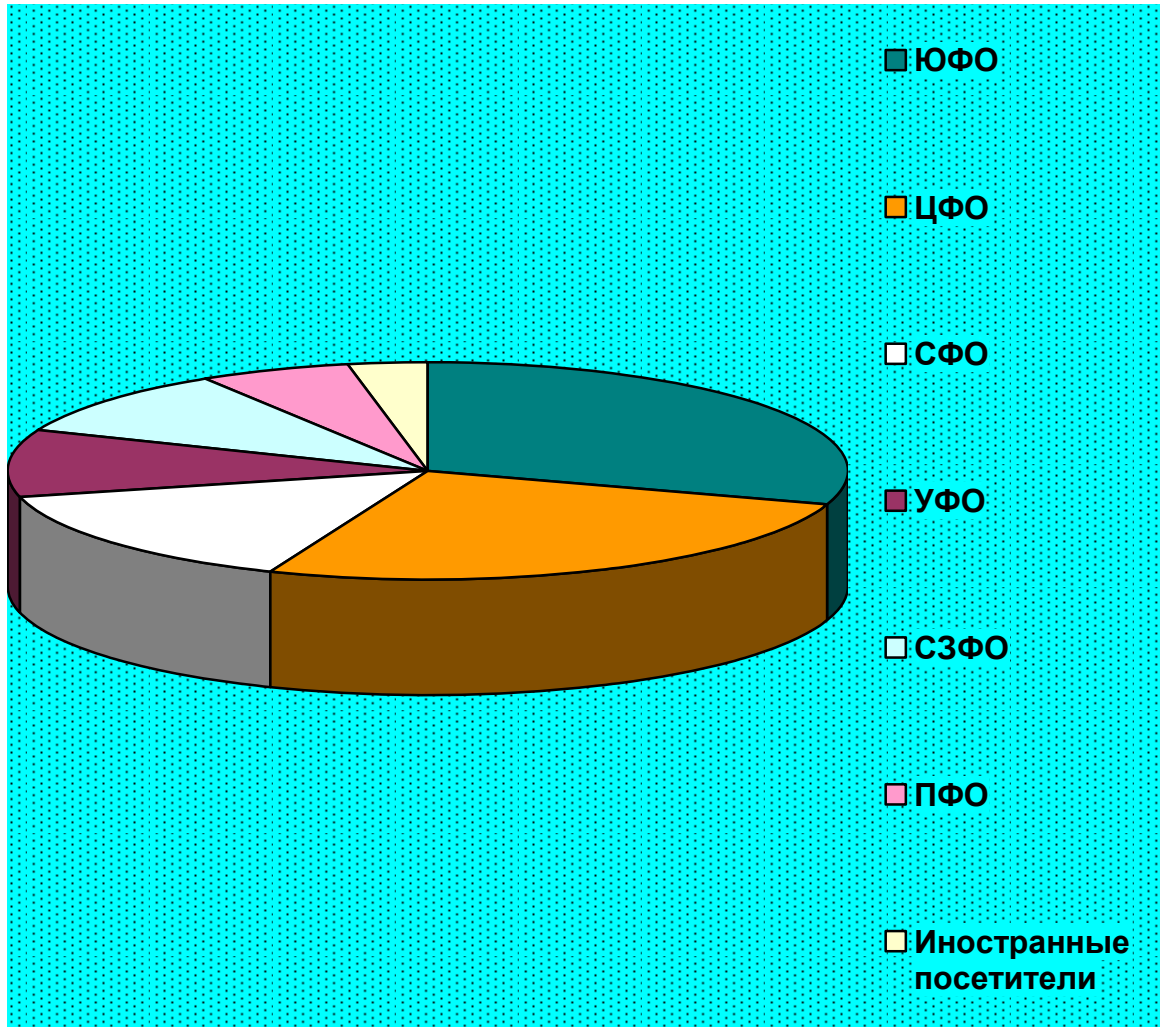
Да – 86%

Частично – 9%

Результаты будут через месяц – 5%

## II. ПОСЕТИТЕЛИ

### А. География посетителей



**Южный Федеральный Округ– 30%**

**Центральный Федеральный Округ– 26%**

**Сибирский Федеральный Округ– 15%**

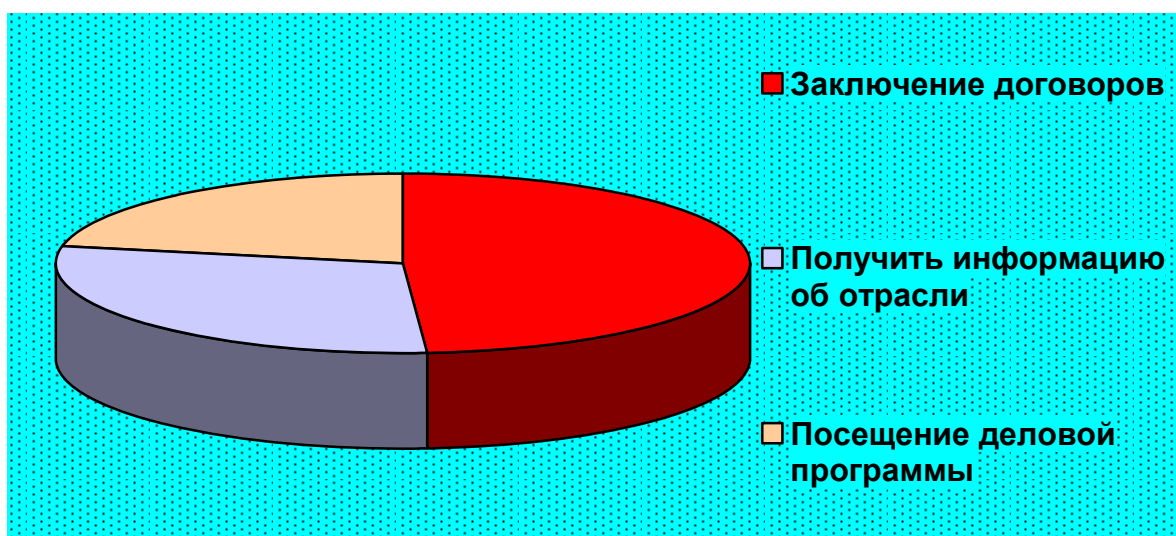
**Северо-Западный Федеральный Округ –10%**

**Уральский Федеральный Округ – 10%**

**Приволжский Федеральный Округ – 6%**

**Иностранные посетители – 3%**

**В. Цели посещения выставки:**

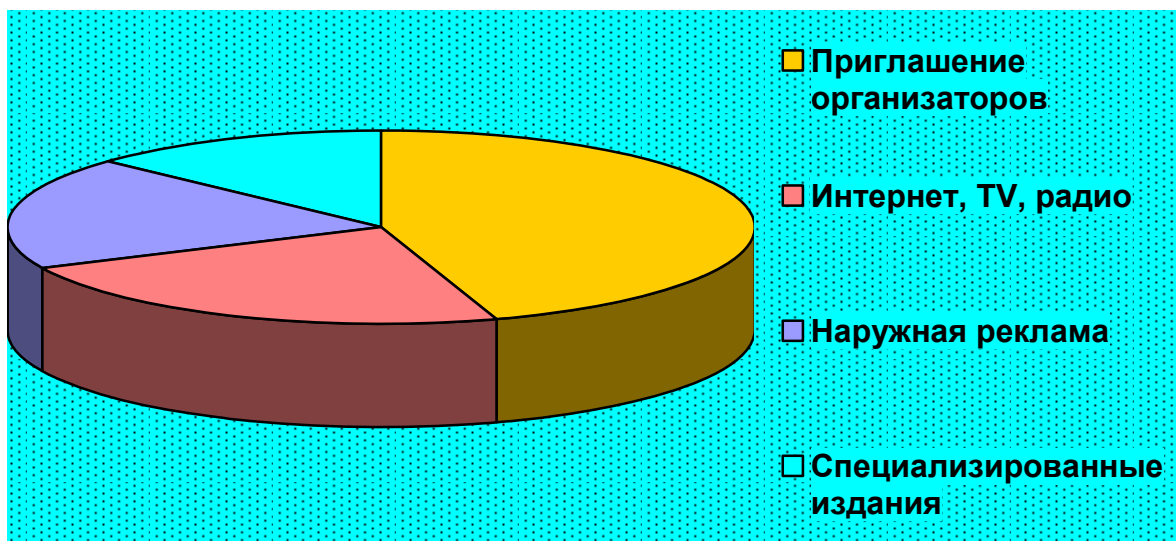


**Заключение договоров – 49%**

**Получить информацию об отрасли – 29%**

**Посещение деловой программы – 22%**

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



**Приглашение организаторов (письмо, e-mail, телефон) – 45%**

**Интернет, TV, радио – 23%**

**Наружная реклама (афиша, баннер, перетяжки) – 19%**

**Специализированные издания – 13%**