



АНАЛИЗ РАБОТЫ МЕЖДУНАРОДНОГО ФОРУМА «ПИВО 2010»

В период с 19 по 22 мая в ГК «Жемчужина» была проведена 19-ая международная выставка-ярмарка Пиво-2010. В выставке приняли участие 132 отечественных и иностранных организаций (Абхазия, Бельгия, Беларусь, Венгрия, Германия, Дания, Италия, Литва, Словакия, США, Чехия, Украина) 1940 посетителей, из них: - 520 посетителей-специалистов.

При содействии

Министерства сельского хозяйства Российской Федерации

Всероссийского научно-исследовательского института пивоваренной,

безалкогольной и винодельческой продукции г. Москва

Российской академии сельскохозяйственных наук

Департамента сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности

Краснодарского края

Торгово-промышленной палаты Краснодарского края

Администрации г. Сочи

Торгово-промышленной палаты г.Сочи

Генеральный информационный партнер

«ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ» Издательство» ООО, Москва

Информационная поддержка выставки:

СД Групп ООО, Ростов-на-Дону;
«ВКУС ЖИЗНИ» Журнал, Краснодар, Россия;
ИнформЭКСПО, Москва;
«Южный Федеральный», Ростов-на-Дону;
«CityCards-сеть рекламных стоек, Сочи.

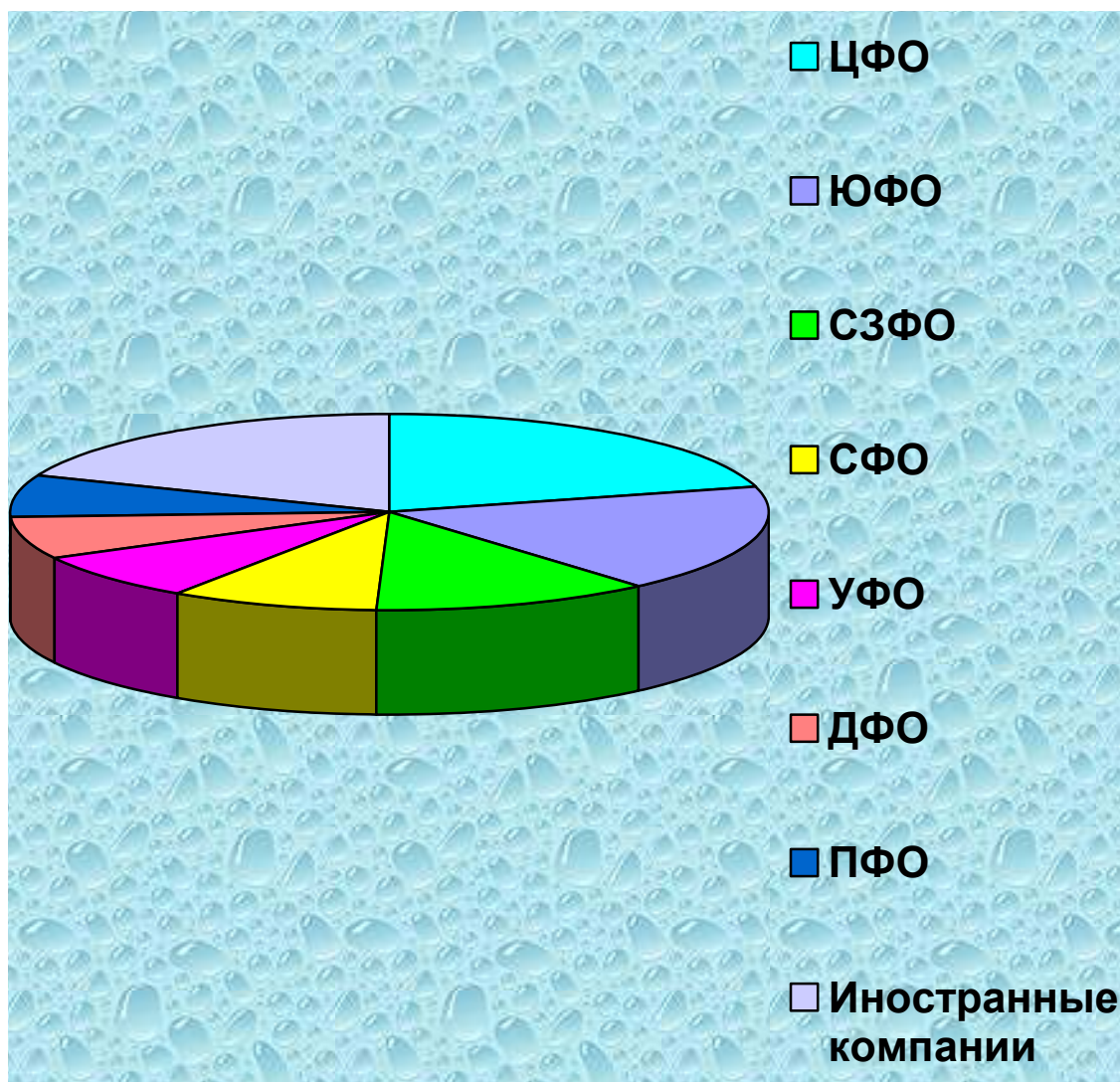
Информационный партнер выставки:

ALKOGOL.COM, Москва;
«БИЗНЕС ПИЩЕВЫХ ИНГРЕДИЕНТОВ», Москва;
InfoDrink, Москва;
«ИНДУСТРИЯ НАПИТКОВ» журнал. Санкт-Петербург;
OБОРУD.INFO – портал оборудования, Москва;
«ПИВНОЕ ДЕЛО» международный аналитический журнал; Харьков
RUSSIAN FOOD & DRINKS MARKET MAGAZINE журнал, Санкт-Петербург;
«ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ. PROD&PROD» журнал, Москва;
«АИТЭРА» Агентство Информационных Технологий, Москва;
KavkazAir журнал, Железноводск;
«КОММЕРЧЕСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ИЗ ЧЕХИИ» журнал, Прага
«ЭФКАТЕ» ОАО, Сочи;
СОЧИ.COM Интернет портал города-курорта, Сочи;
«ЗОЛОТО СОЧИ» Городской Интернет портал города, Сочи;
«БРИГ-ЭКСПО» Всероссийская выставочная газета, Санкт-Петербург.

І. УЧАСТНИКИ



А. География участников



Центральный Федеральный Округ – 21%

Южный Федеральный Округ – 17%

Северо-Западный Федеральный Округ – 12%

Сибирский Федеральный Округ – 9%

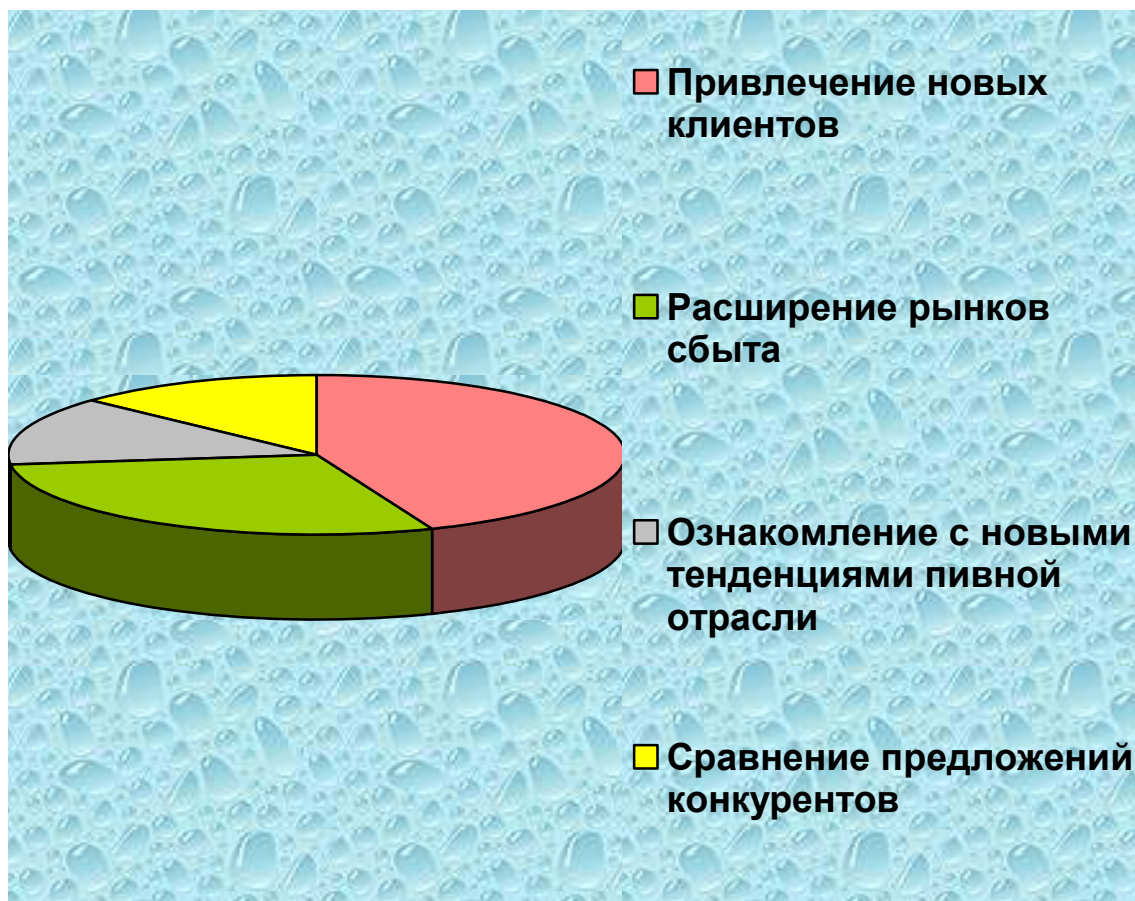
Уральский Федеральный Округ – 8%

Дальневосточный Федеральный Округ – 7%

Приволжский Федеральный Округ – 7 %

Иностранные компании – 19%

В. Цели участия:



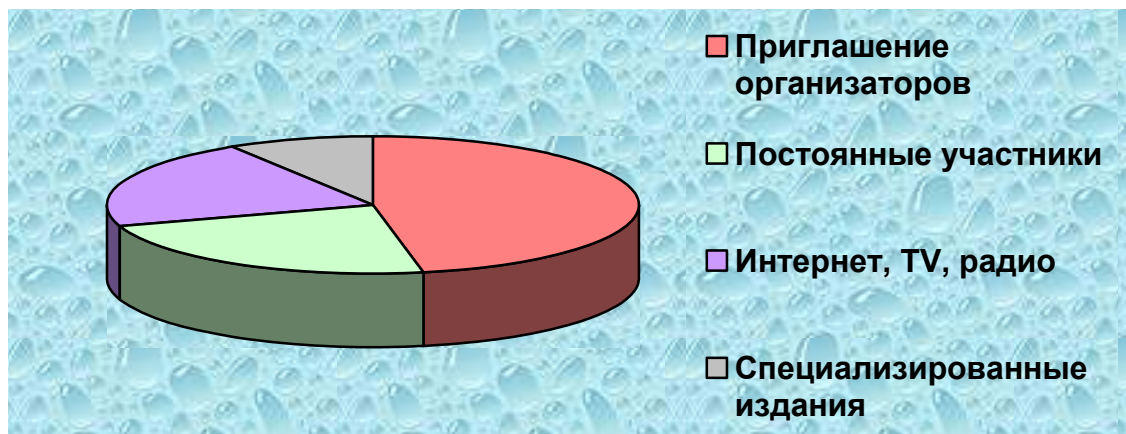
Привлечение новых клиентов - 44%

Расширение рынка сбыта – 29%

Ознакомление с новыми тенденциями пивной отрасли – 14%

Сравнение предложений конкурентов – 13%

С. Источники, из которых узнали о выставке:



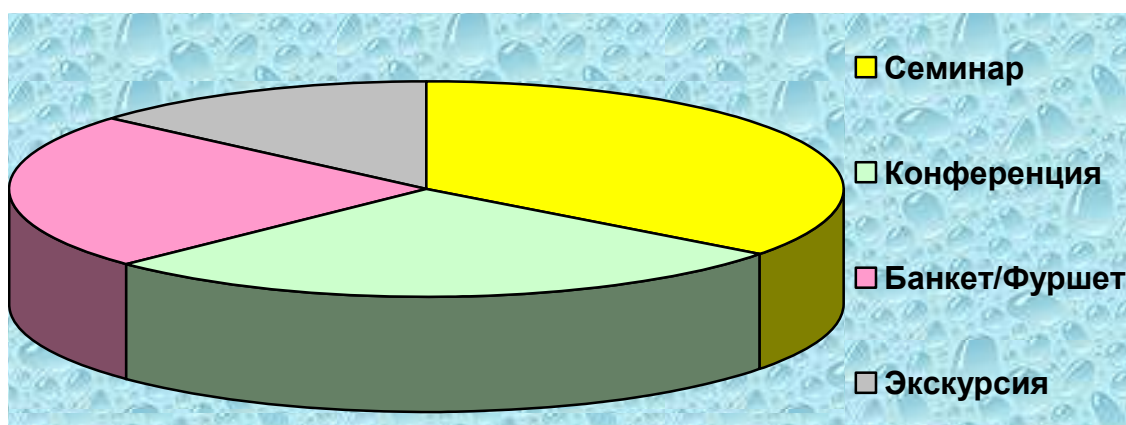
Приглашение организаторов – 47%

Постоянные участники – 23 %

Интернет, TV, радио – 21%

Специализированные издания – 9%

Д. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?



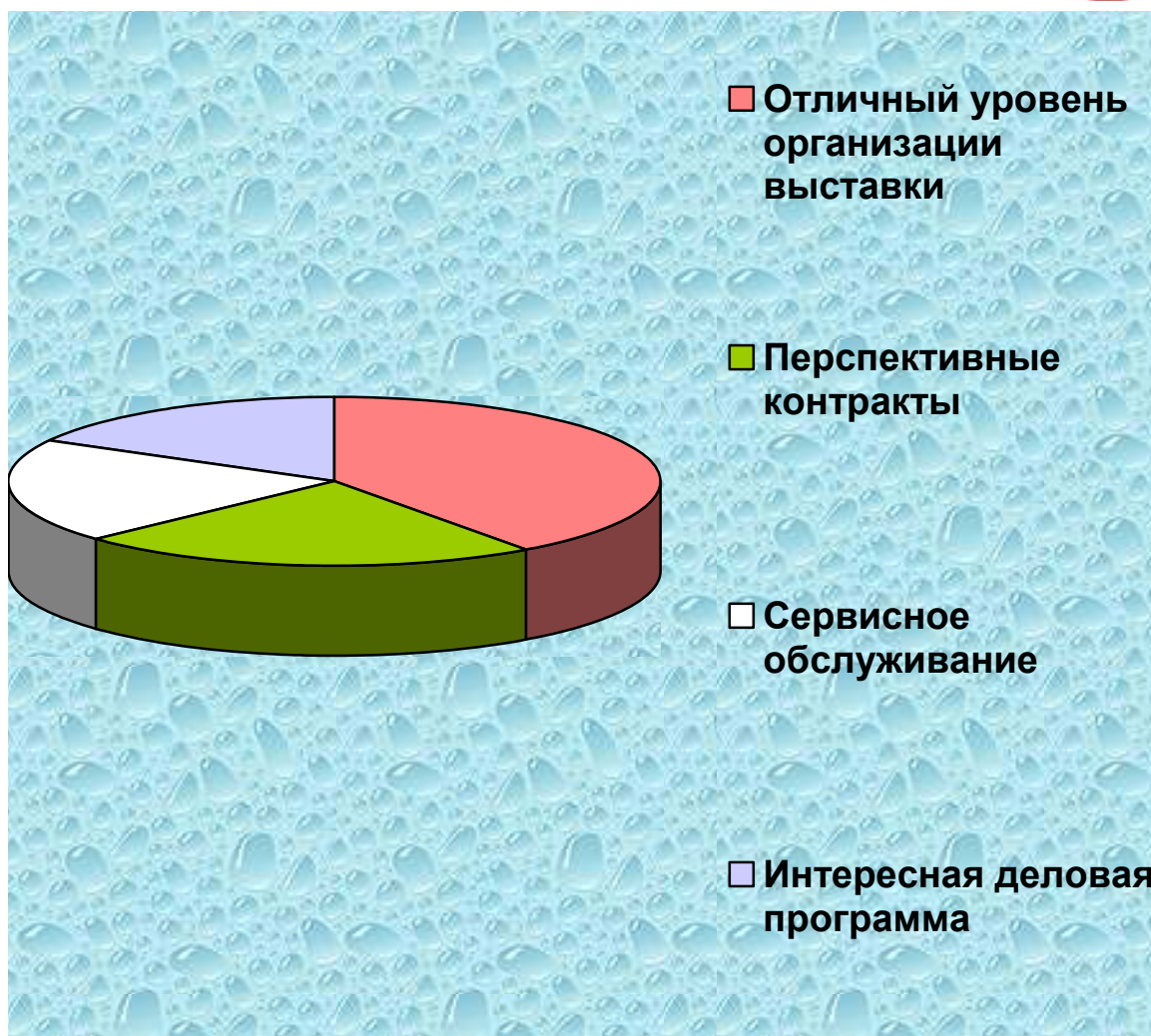
Семинар – 36%

Конференция – 28%

Банкет/Фуршет – 24%

Экскурсия – 14%

Е. Преимущества выставки



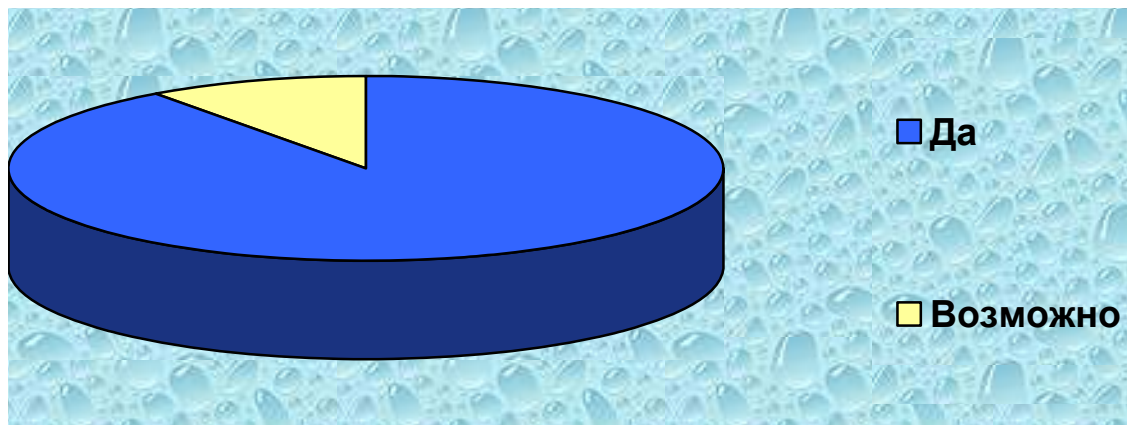
Отличный уровень организации выставки – 40%

Перспективные контракты – 23%

Сервисное обслуживание – 20%

Интересная деловая программа – 17%

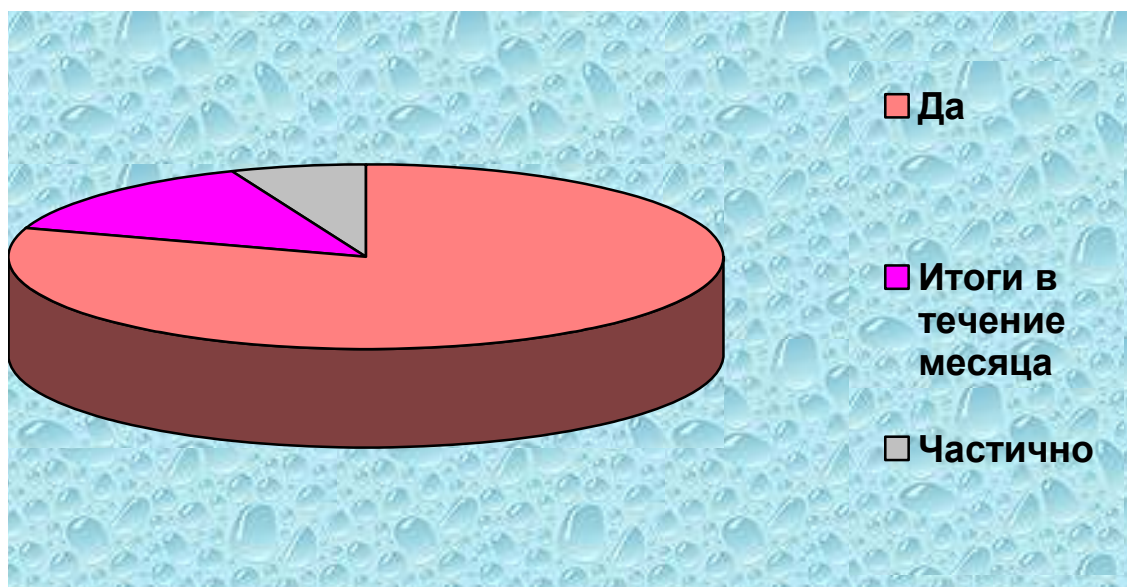
Ф. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?



Да – 90%

Возможно – 10%

Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?



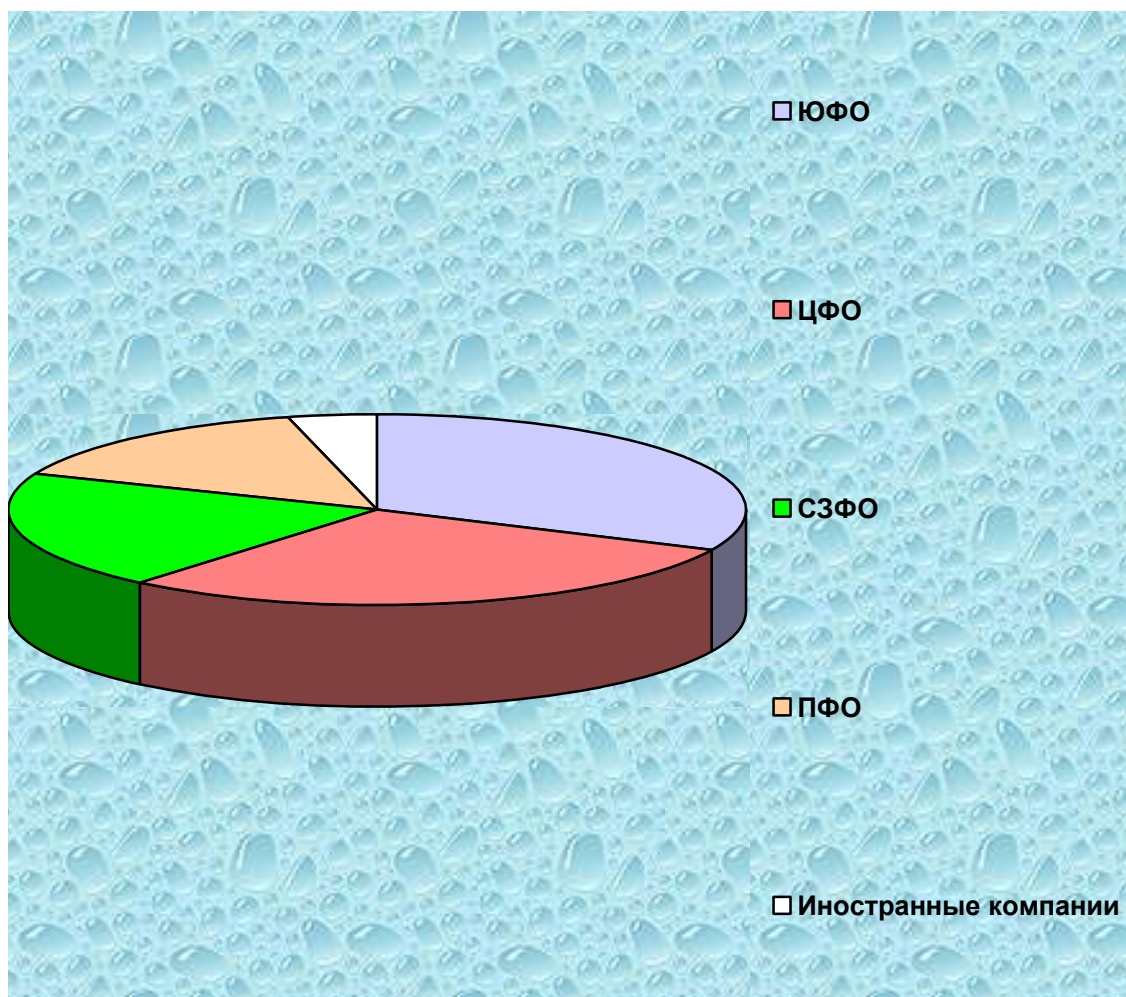
Да – 80%

Итоги в течение месяца – 14%

Частично – 6%

II. ПОСЕТИТЕЛИ

A. География посетителей



Южный Федеральный округ – 32%

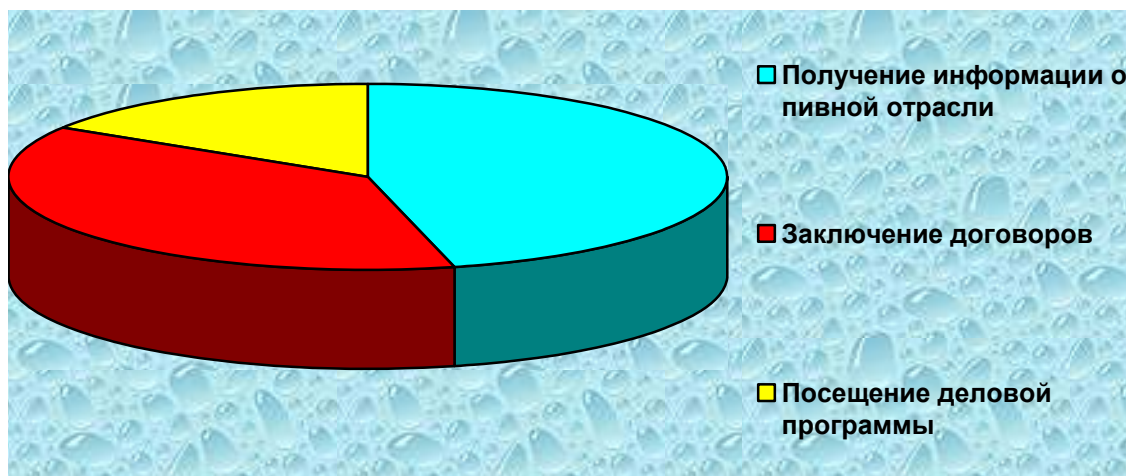
Центральный Федеральный округ – 29%

Северо-Западный Федеральный округ – 20%

Приволжский Федеральный округ – 15%

Иностранные компании – 4 %

В. Цели посещения выставки:

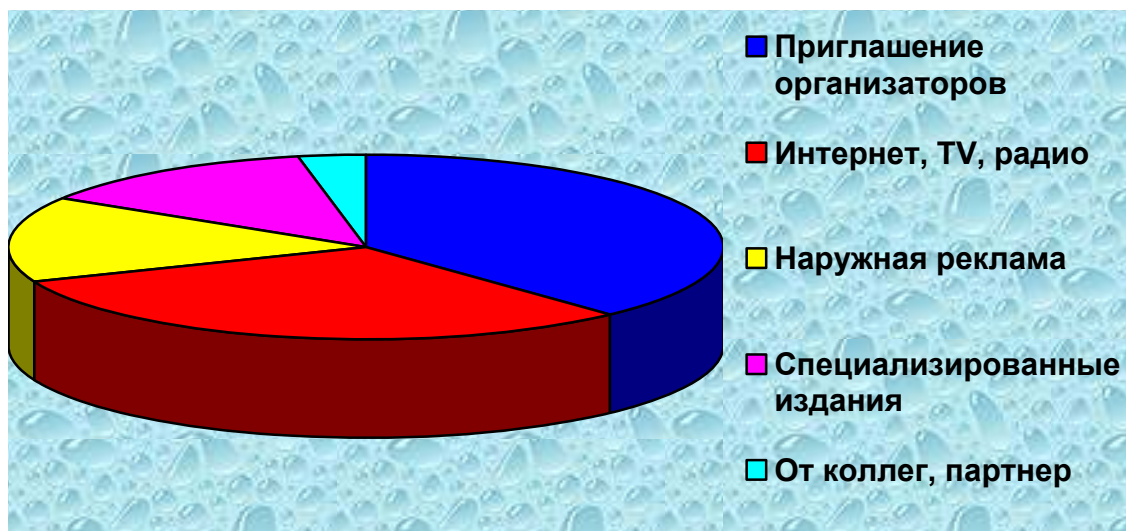


Получение информации о пивной отрасли – 46%

Заключение договоров – 38%

Посещение деловой программы – 16%

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



Приглашение организаторов – 38%

Интернет, TV, радио – 31%

Наружная реклама (афиша, баннер, перетяжки) – 15%

Специализированные издания (газеты, журналы, каталоги) – 13%

От коллег, партнеров – 3%