



## **АНАЛИЗ РАБОТЫ МЕЖДУНАРОДНОГО ФОРУМА «ПИВО-2015»**

В период с 18 по 20 мая 2015 года в Гранд Отеле «Жемчужина» состоялся XXIV международный форум «ПИВО-2015». В мероприятии приняли участие 173 компании, 2000 посетителей, из них: 58% посетителей-специалистов. Площадь нетто составила 1417 кв.м., брутто 2700 кв.м.

**Генеральный информационный партнер:**  
«ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ» Издательство» ООО, Москва

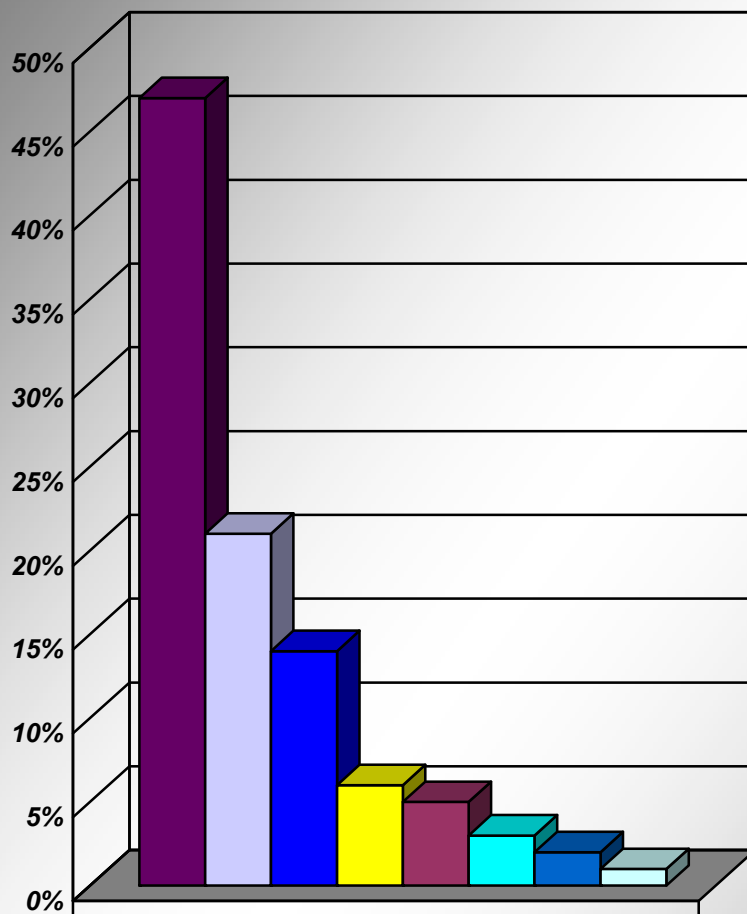
**Официальный партнер:**  
СОЮЗ РОССИЙСКИХ ПИВОВАРОВ, Москва

**Информационные партнеры:**  
AGRODAY.RU, Ростов-на-Дону  
«АГРОСТРАХОВАНИЕ И КРЕДИТОВАНИЕ» Информационно-практический журнал, Москва  
AllCafe.ru, Санкт-Петербург  
БИЗНЕС ПИЩЕВЫХ ИНГРЕДИЕНТОВ, Черноголовка  
Выбирай.Vibirai.ru, Сочи  
GLASS RUSSIA, Москва  
ГУДС МАТРИКС, Санкт-Петербург  
«ИНДУСТРИЯ НАПИТКОВ» журнал, Санкт-Петербург  
InfoDrink, Москва  
«ОСОБОЕ БЛЮДО» Гастрономический портал (ООО «Особое Блюдо»), Москва  
ПЕРВЫЙ ПИВНОЙ КЛУБ, Москва  
ПИВНОЕ ДЕЛО международный аналитический журнал, Харьков  
PRODPORAL.RU, Долгопрудный  
RealBrew Журнал, Санкт-Петербург  
«РУССКАЯ ВОДКА+» международный журнал алкогольного бизнеса, Москва  
RUSSIAN FOOD & DRINKS MARKET MAGAZINE журнал, Санкт-Петербург  
«ТОЧКА ПРОДАЖ» Журнал, Москва  
«UGOSTI.COM» Ресторанный портал  
Ногеса.ru, Москва  
«КУБАНСКИЕ ВЕДОМОСТИ», Краснодар  
«КУБАНЬ» Информационное агентство», Краснодар

«На Кубани.ру» ООО, Краснодар  
«РАЙОН» Рекламно-информационный еженедельник, Сочи  
«ЭФКАТЕ» ОАО, Сочи  
«ЗОЛОТО СОЧИ» Городской Интернет-портал, Сочи  
ЕХРОСОМ.RU, Москва  
ЕхроМар.ru, Москва  
«МАКС ПОРТАЛ», Сочи  
«СВОБОДНАЯ ПРЕССА Издательский дом» ООО, Сочи

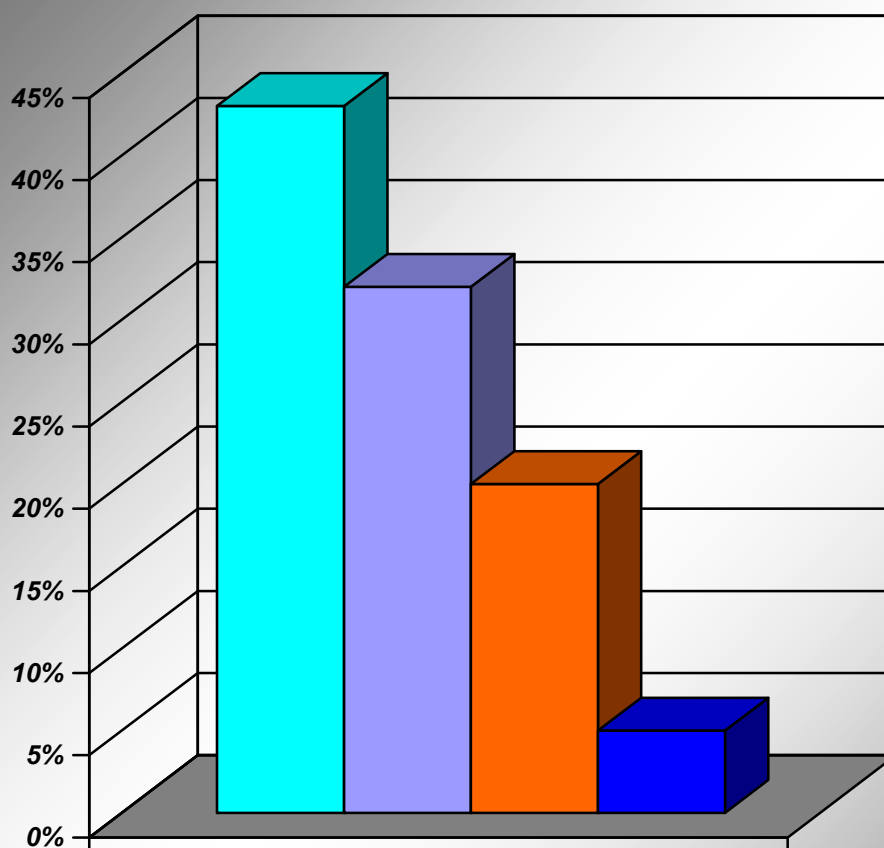
# I. УЧАСТНИКИ

## A. География участников



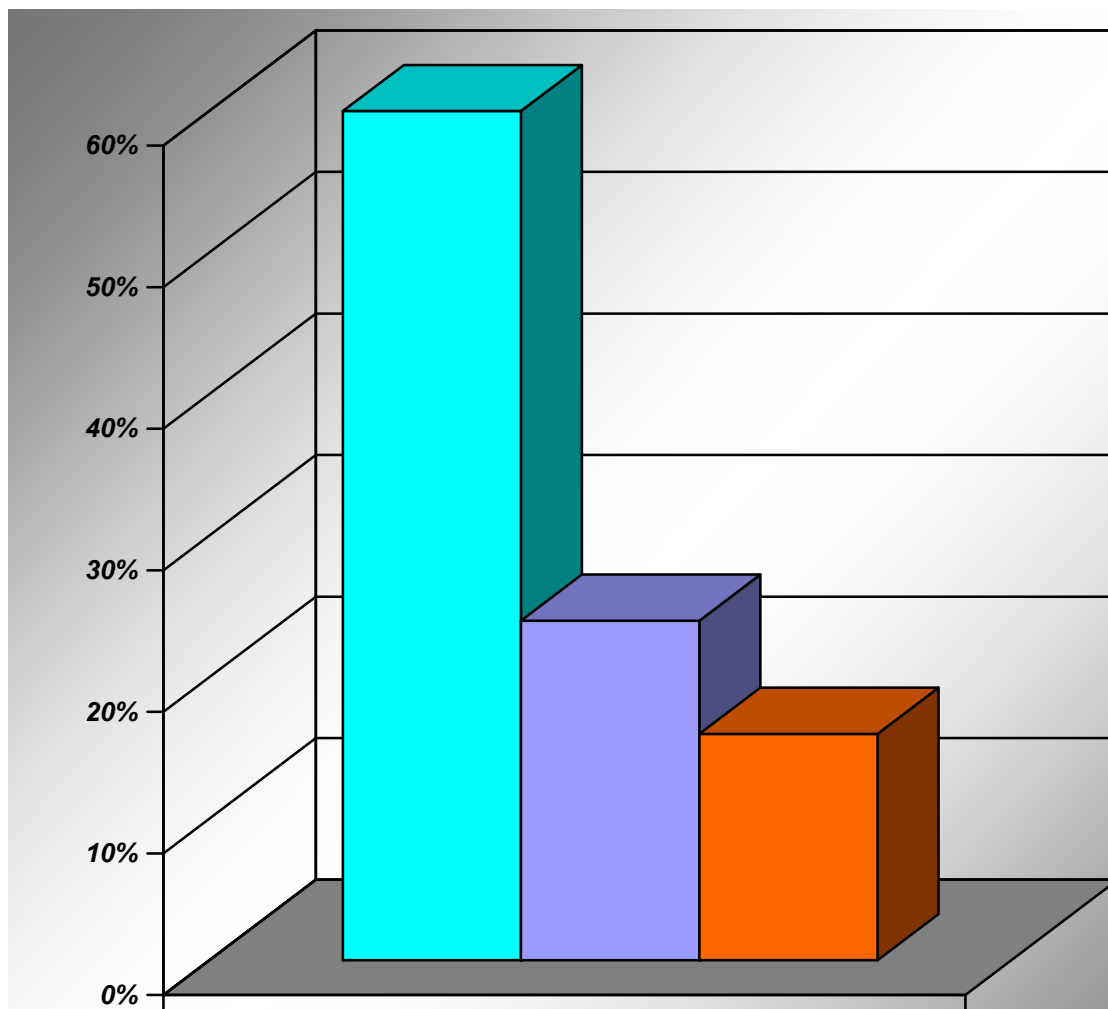
■ Центральный Федеральный Округ	47%
□ Иностранные компании	21%
■ Южный Федеральный Округ	14%
■ Северо-Западный Федеральный Округ	6%
■ Приволжский Федеральный округ	5%
■ Уральский Федеральный Округ	3%
■ Северо-Кавказский Федеральный округ	2%
■ Сибирский Федеральный округ	1%

## В. Цели участия:



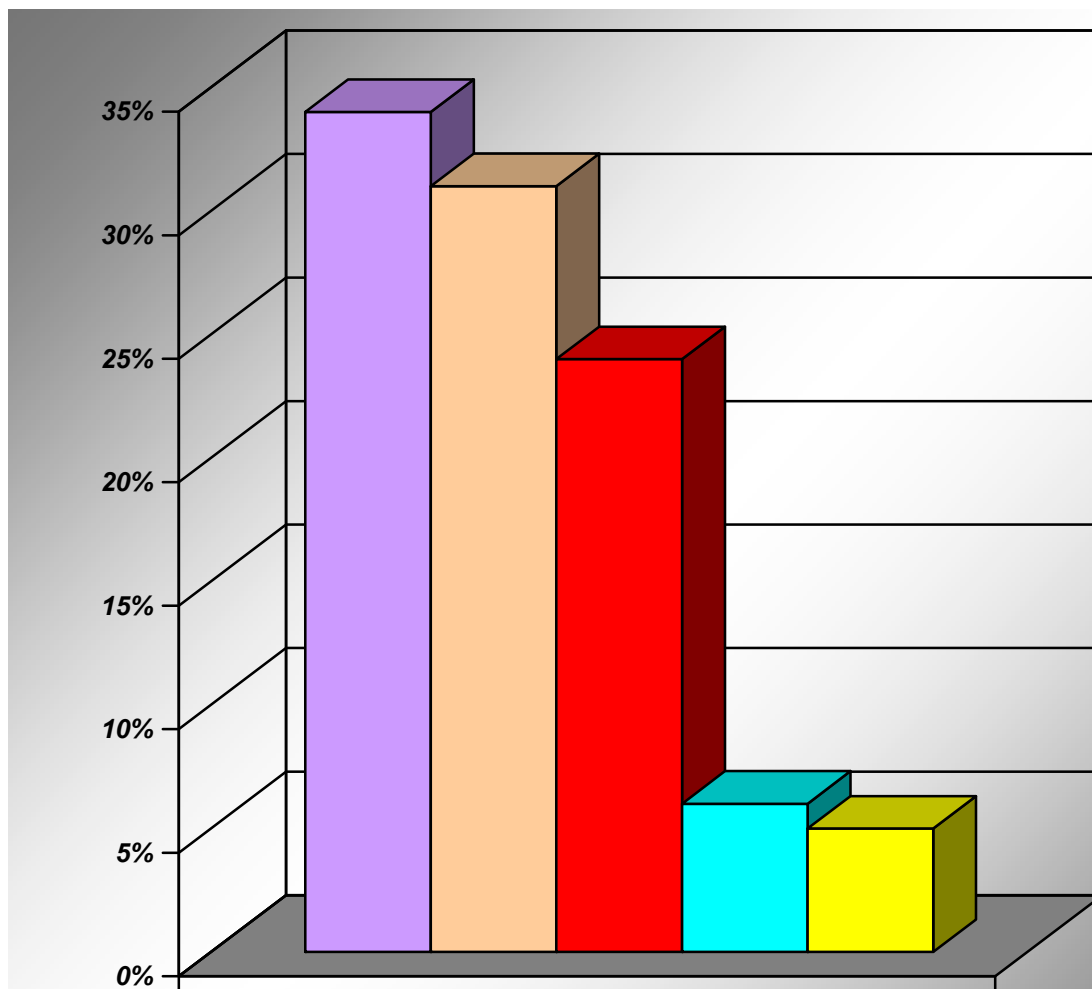
■ <i>Расширение рынков сбыта</i>	43%
■ <i>Привлечение новых клиентов</i>	32%
■ <i>Ознакомление с новыми тенденциями пивной отрасли</i>	20%
■ <i>Сравнить предложение конкурентов</i>	5%

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



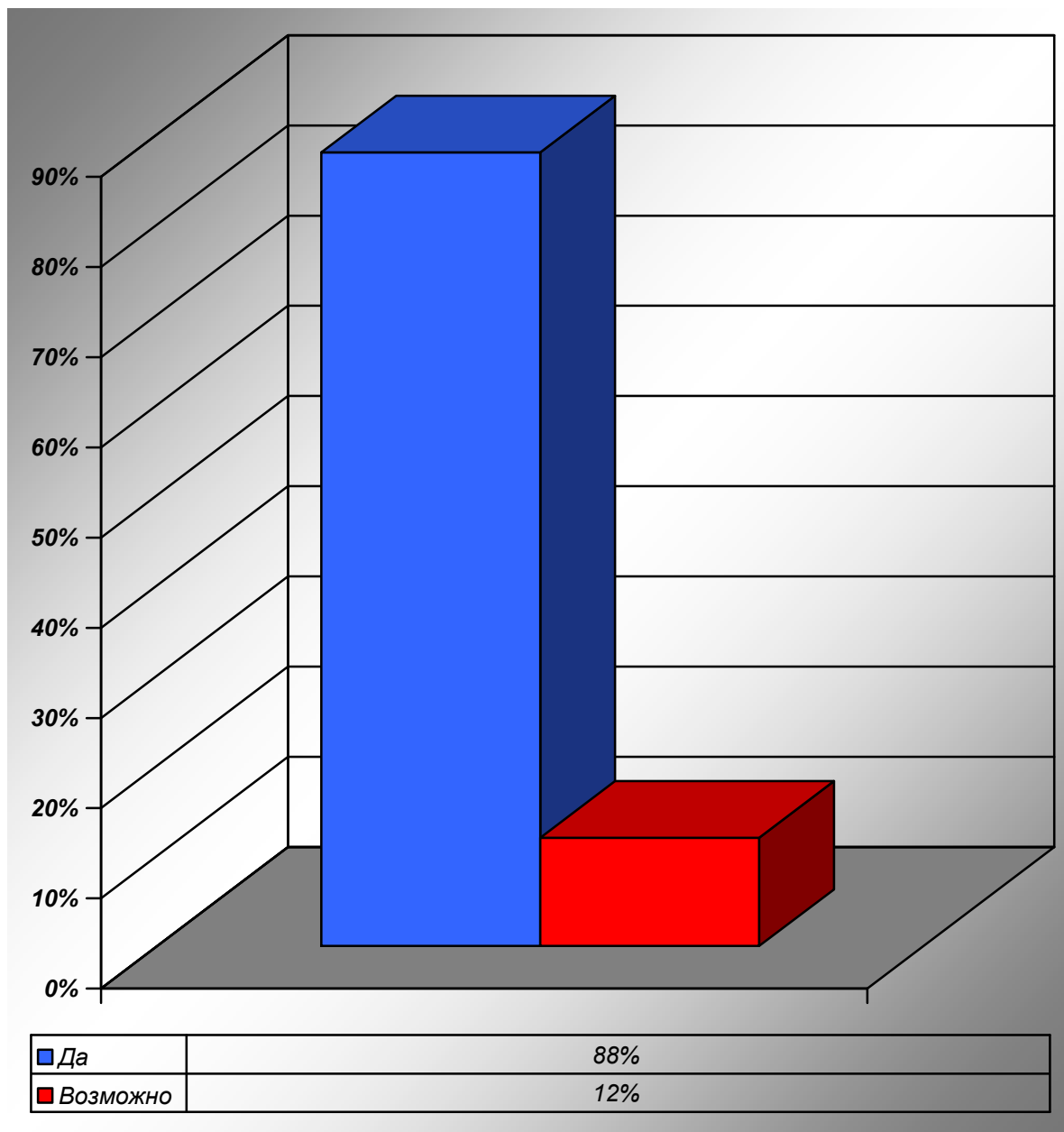
■ Приглашение организаторов	60%
■ Интернет, ТВ, радио, индивидуальная рассылка	24%
■ Постоянные участники	16%

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

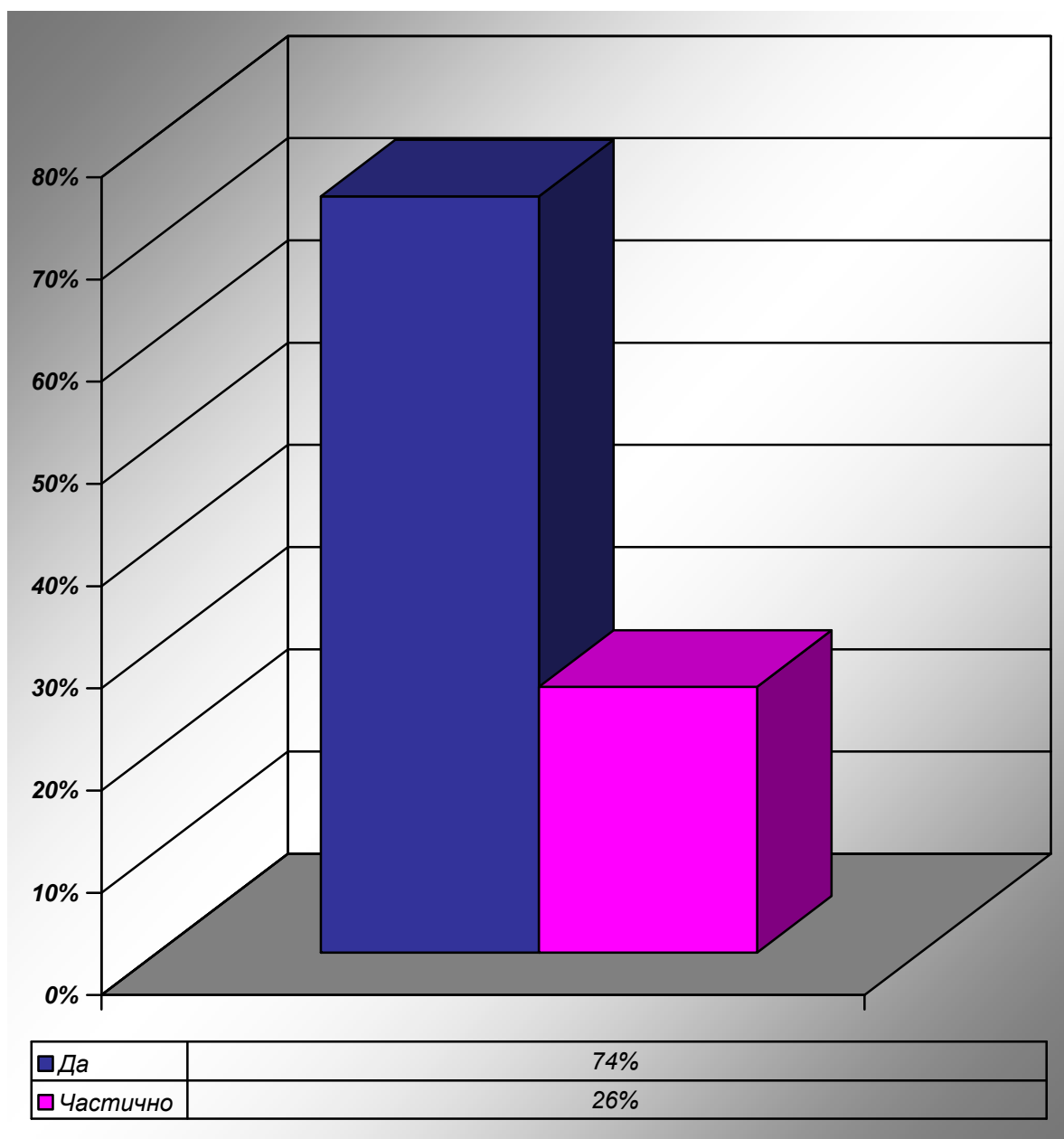


■ Конференция	34%
■ Банкет/Фуршет	31%
■ Круглый стол	24%
■ Семинар	6%
■ Экскурсия	5%

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



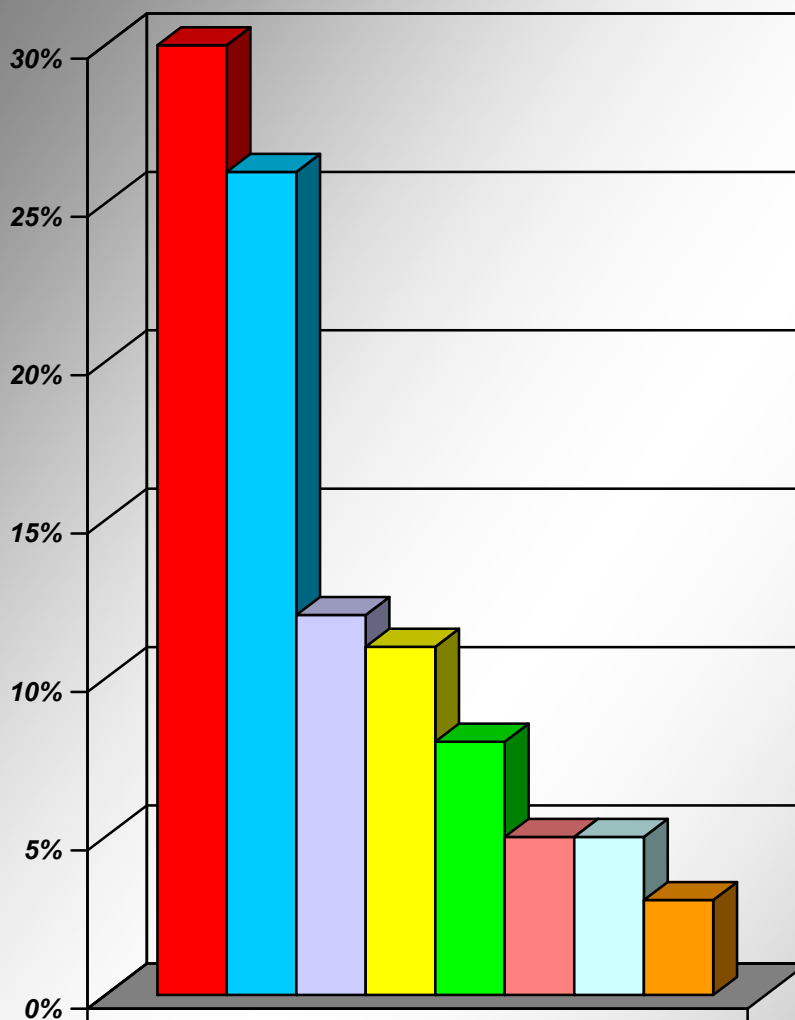
**Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?**





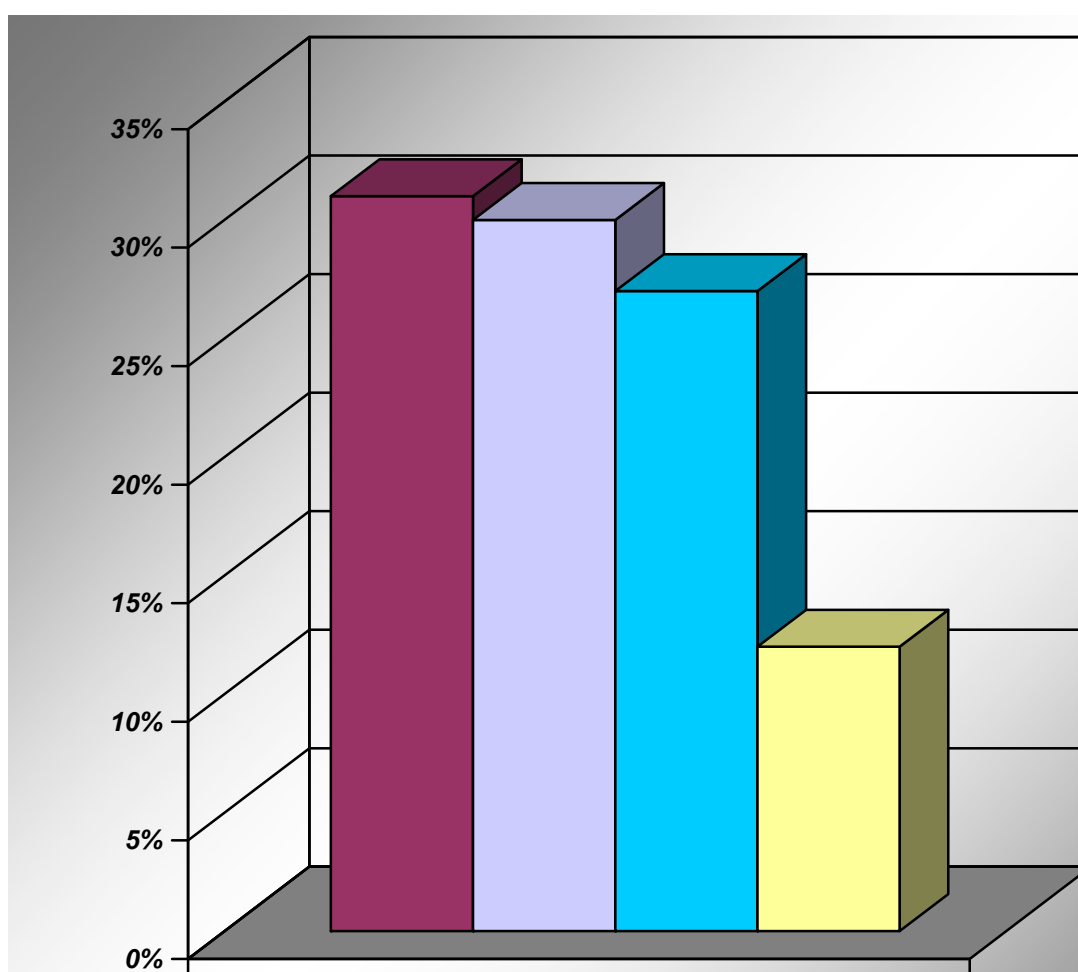
## II. ПОСЕТИТЕЛИ

### A. География посетителей



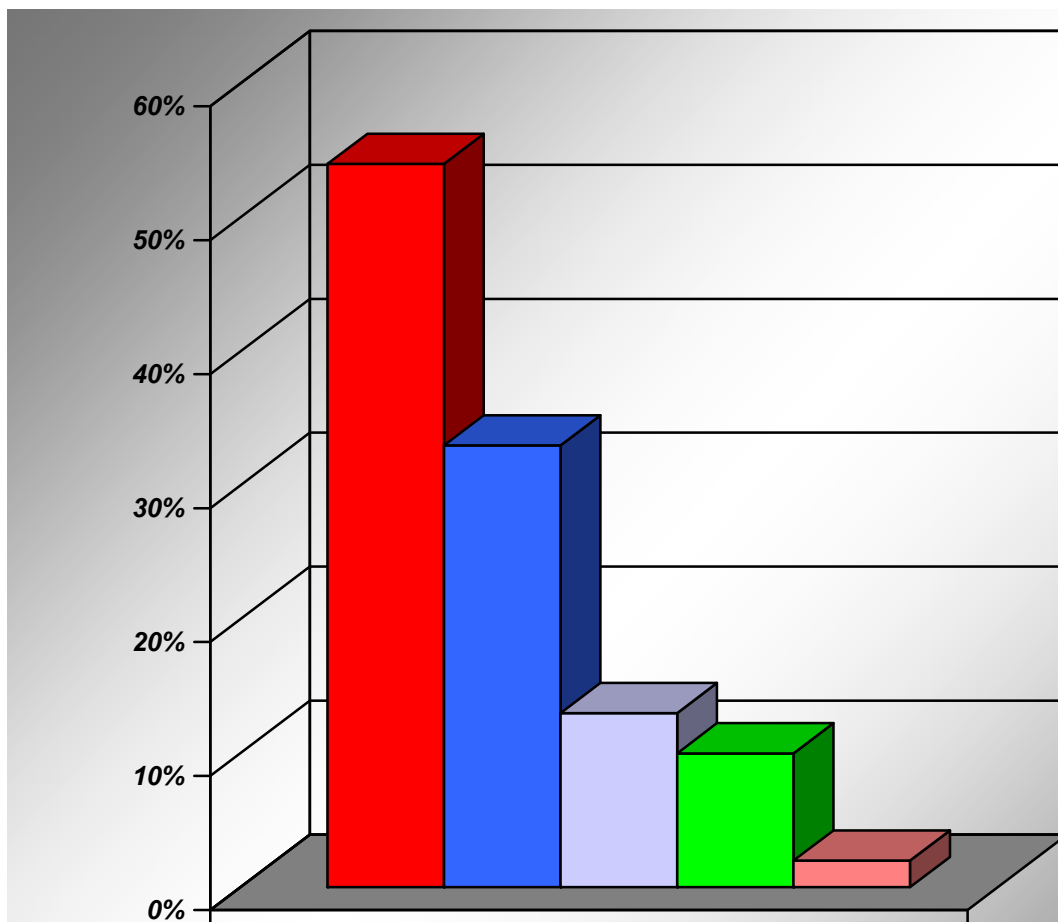
■ Южный Федеральный Округ	30%
■ Центральный Федеральный Округ	26%
■ Северо-Западный Федеральный Округ	12%
■ Приволжский Федеральный Округ	11%
■ Иностранные	8%
■ Северо-Кавказский Федеральный Округ	5%
■ Уральский Федеральный Округ	5%
■ Сибирский Федеральный Округ	3%

**В. Цели посещения выставки:**



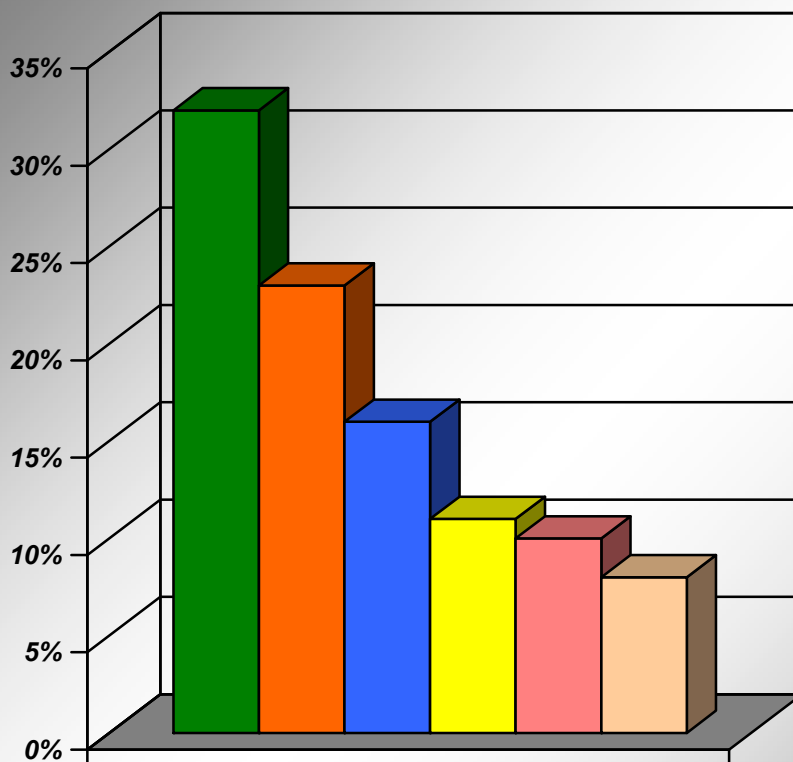
■ Поиск деловых партнёров	31%
■ Получить информации об отрасли	30%
■ Заключение договоров	27%
■ Посещение деловой программы	12%

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



■ Приглашение организаторов	54%
■ Интернет, радио, TV	33%
■ Другое	13%
■ Специализированные издания	10%
■ Наружная реклама	2%

**D. На выставке интересовало:**



■ Производители пива	32%
■ Оборудование, сырьё	23%
■ Тара, бутылка, упаковка, этикетка	16%
■ Моющие и дезинфицирующие средства	11%
■ Производители безалкогольных напитков	10%
■ Специализированные издания	8%