

**АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ
«ОТЕЛЬ-ДОМ-РЕСТОРАН-МЕБЕЛЬ- 2010»
«Кавказский пикник- 2010»**



В период с 7 по 9 октября в ГК «Жемчужина» была проведена XI-я международная специализированная выставка «ОТЕЛЬ-ДОМ-РЕСТОРАН-МЕБЕЛЬ-2010». «Кавказский пикник» В выставке приняли участие 36 компаний, 3531 посетителя, из них: - 1005 посетителей-специалистов.

При содействии и участии:

- Российской Гостиничной Ассоциации,
- Общероссийской ассоциации работников мебельной промышленности и торговли «Мебельщики России»
- Торгово-промышленной палаты Краснодарского края;
- Администрации города Сочи,
- Торгово-промышленной палаты г. Сочи

Генеральный информационный партнер:

- «ДОМ&ИНТЕРЬЕР» журнал, Москва.

Генеральный Интернет партнер:

- На Кубани.ру» ООО, Краснодар, Россия.

Информационная поддержка выставки:

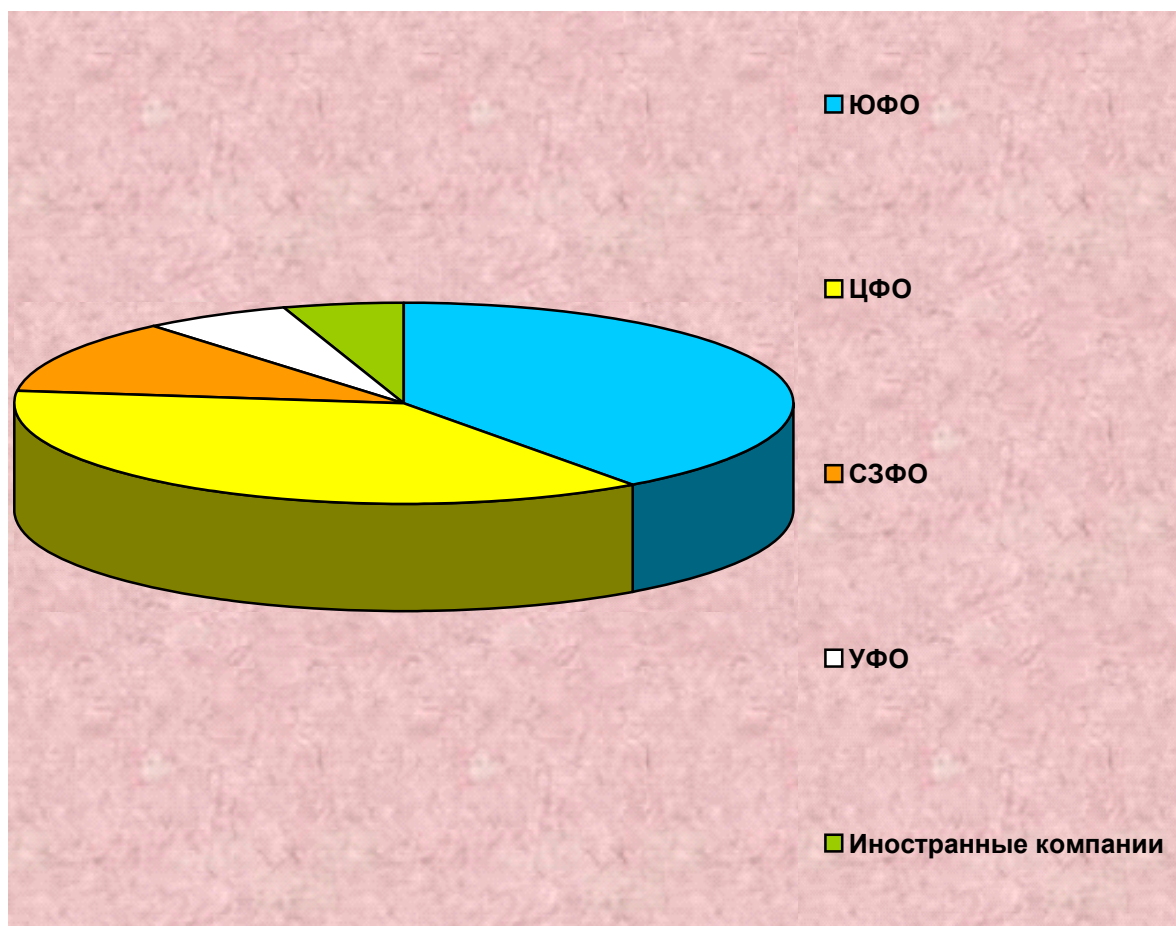
- ИнформЭКСПО, Москва;
- «Южный Федеральный», Ростов-на-Дону;
- CityCards - сеть рекламных стоек, Сочи.
- «ВКУС ЖИЗНИ» Журнал, Краснодар
- «ЭКСПРЕСС СОЧИ», Сочи

Информационный партнер выставки:

- **ПАНОРАМА, Издательский Дом, ООО, Москва**
- **«Beverages&Drinks» журнал, Москва**
- **GARNITURE.RU, Москва**
- **KOMOD.RU, Москва**
- **«АИТЕРА» Агентство Информационных Технологий , Москва**
- **KavkazAir Журнал, Железноводск**
- **«ЭФКАТЕ» ОАО, Сочи;**
- **СОЧИ. СОМ Интернет портал города-курорта, Сочи.**
- **«ЗОЛОТО СОЧИ» Городской Интернет-портал**
- **«На Кубани.ру» ООО. Краснодар**
- **«ЖИВАЯ КУБАНЬ» ИА, Краснодар**
- **OVORUD.INFO-портал оборудования, Москва**
- **«ОБУСТРОЙСТВО» журнал, Краснодар**
- **«МЕБЕЛЬЩИК ЮГА» журнал (г.Краснодар), ООО «ПЛЮС ОДИН», Новосибирск.**
- **«МЕБЕЛЬ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ» журнал, Москва**
- **«МЕБЕЛЬ РОССИИ» Интернет-каталог, Санкт-Петербург**
- **«УРАЛЬСКИЙ МЕБЕЛЬЩИК» журнал, ООО, Екатеринбург**
- **TravelForLife, Санкт-Петербург**
- **«РЕСТОРАННЫЕ ВЕДОМОСТИ» Издательский дом, Москва**
- **«НАША ДЕЛОВАЯ ПРЕССА» Издательство» ООО, С. Петербург**
- **ПЕРСОНАЛЬНЫЙ ГИД ТУРИЗМА, Екатеринбург**
- **«ГРОТЕК» ООО, АДИ «МОНИТОР», Москва**

I. УЧАСТНИКИ

A. География участников



Южный Федеральный Округ – 40%

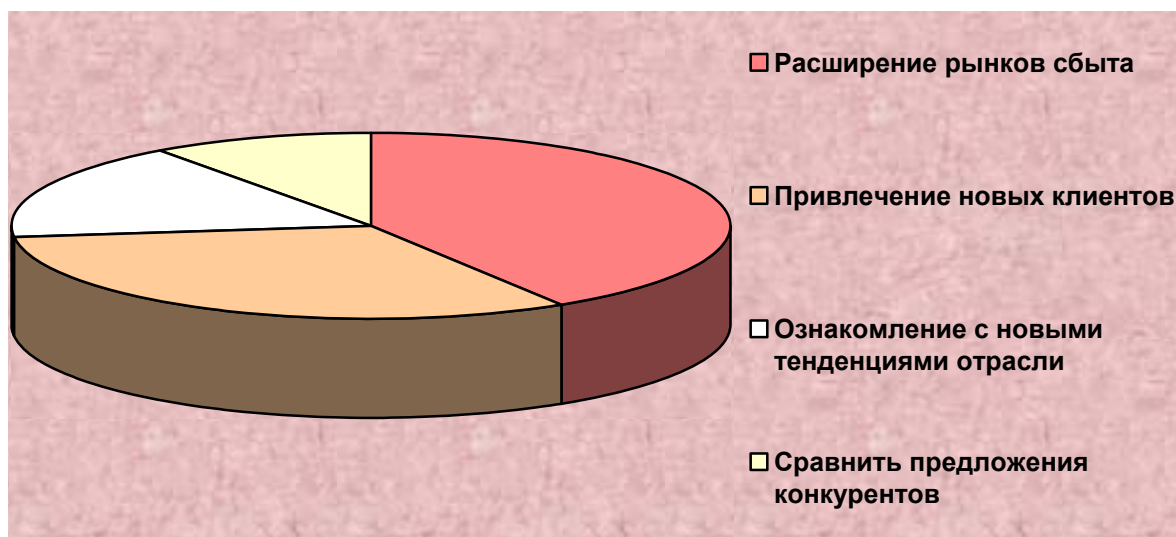
Центральный Федеральный Округ – 37%

Северо-Западный Федеральный Округ – 12%

Уральский Федеральный Округ – 6%

Иностранные компании – 5%

В. Цели участия:



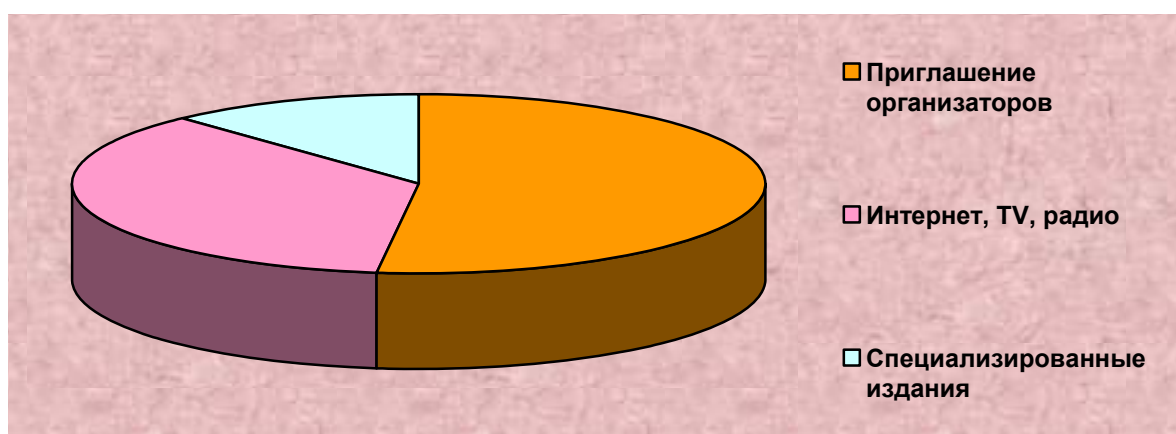
Расширение рынков сбыта – 47%

Привлечение новых клиентов – 26%

Ознакомление с новыми тенденциями отрасли – 14%

Сравнить предложения конкурентов – 13%

С. Источники, из которых узнали о выставке:

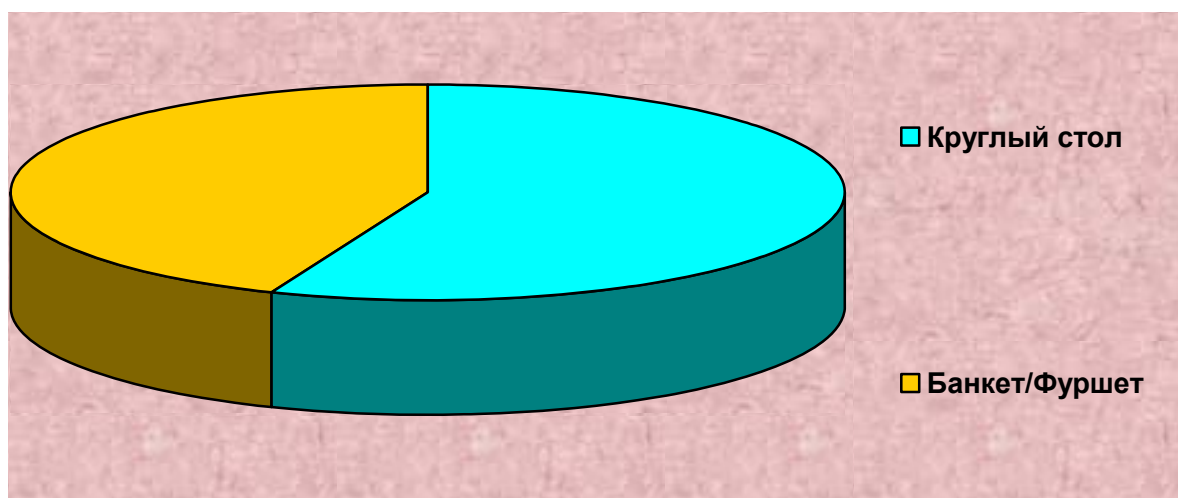


Приглашение организаторов – 52%

Интернет, TV, радио – 36%

Специализированные издания – 12%

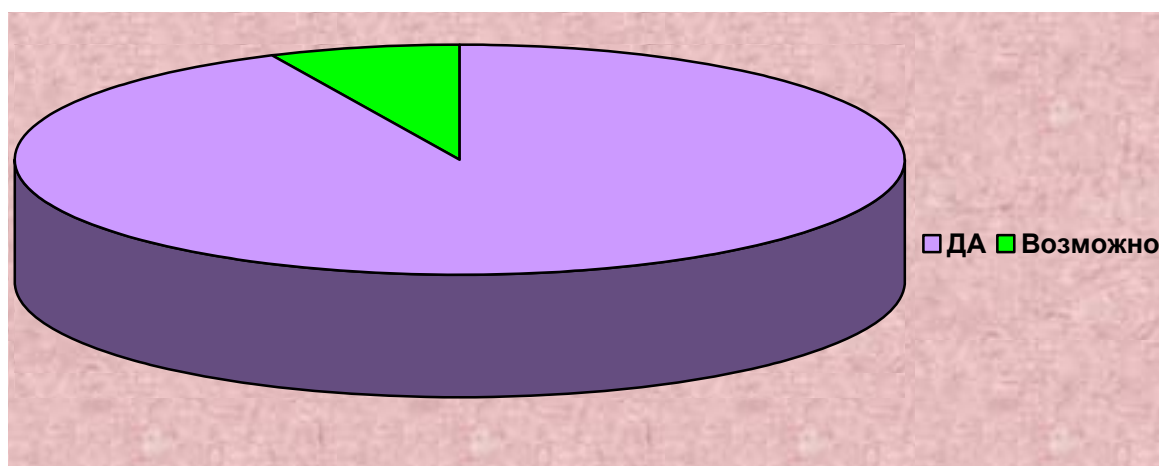
Д. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?



Круглый стол – 56%

Банкет/Фуршет – 44%

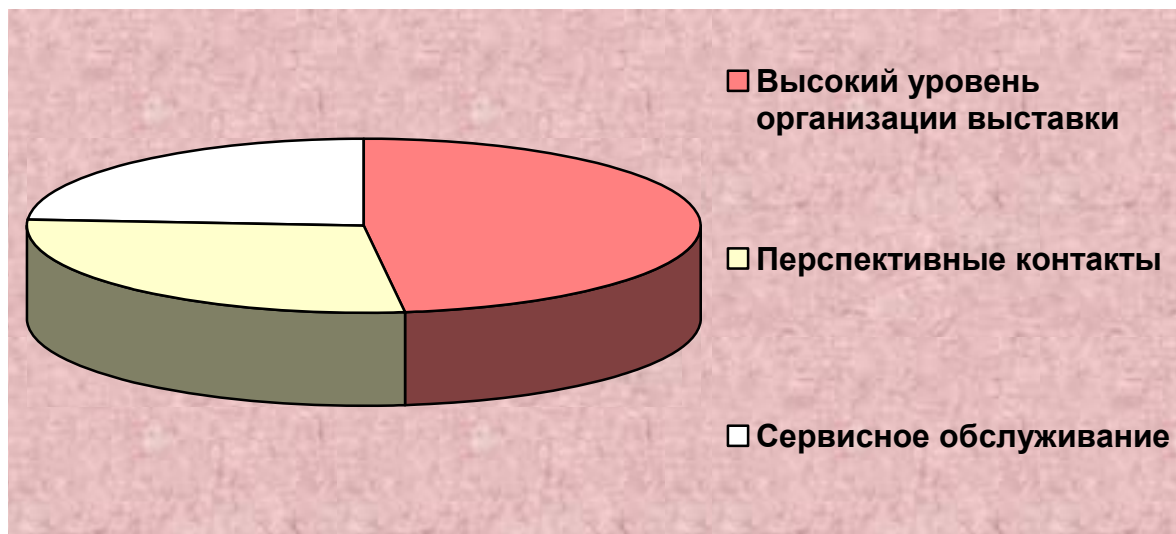
Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?



Да – 93%

Возможно – 7%

Ф. Преимущества выставки

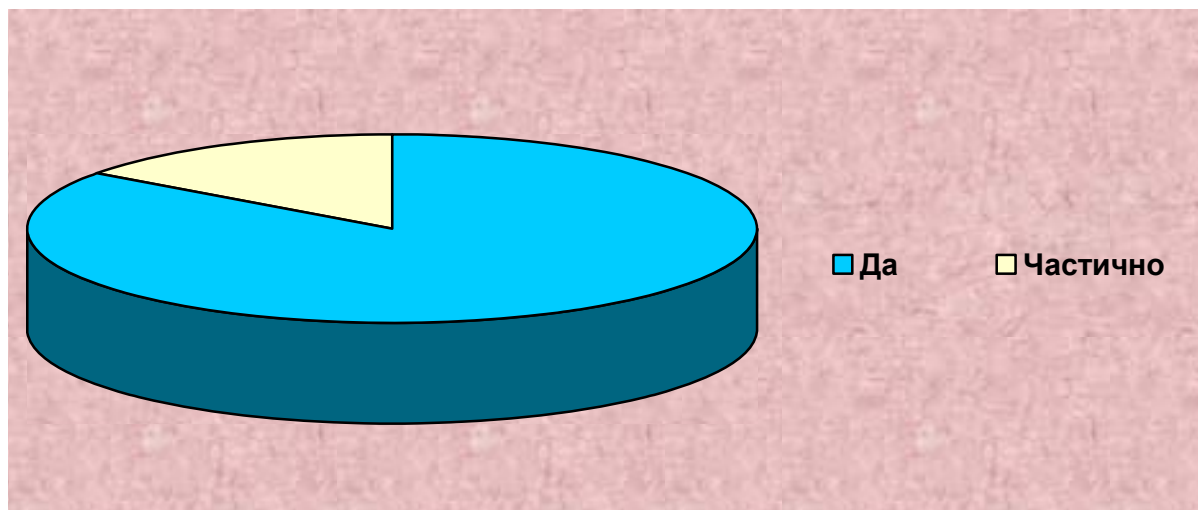


Высокий уровень организации выставки – 48%

Перспективные контакты – 28%

Сервисное обслуживание – 24%

Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?

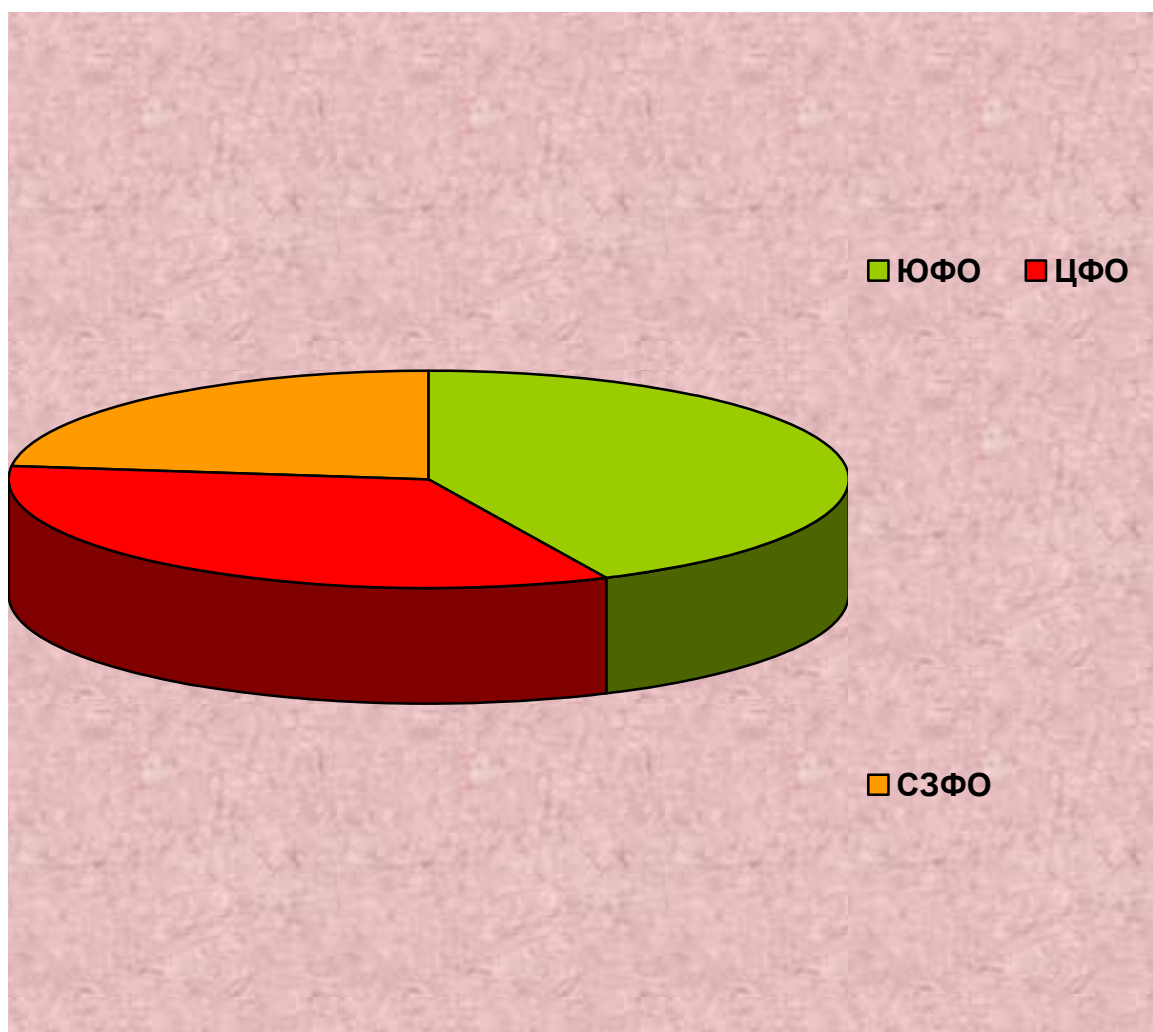


Да – 85%

Частично – 15%

II. ПОСЕТИТЕЛИ

A. География посетителей

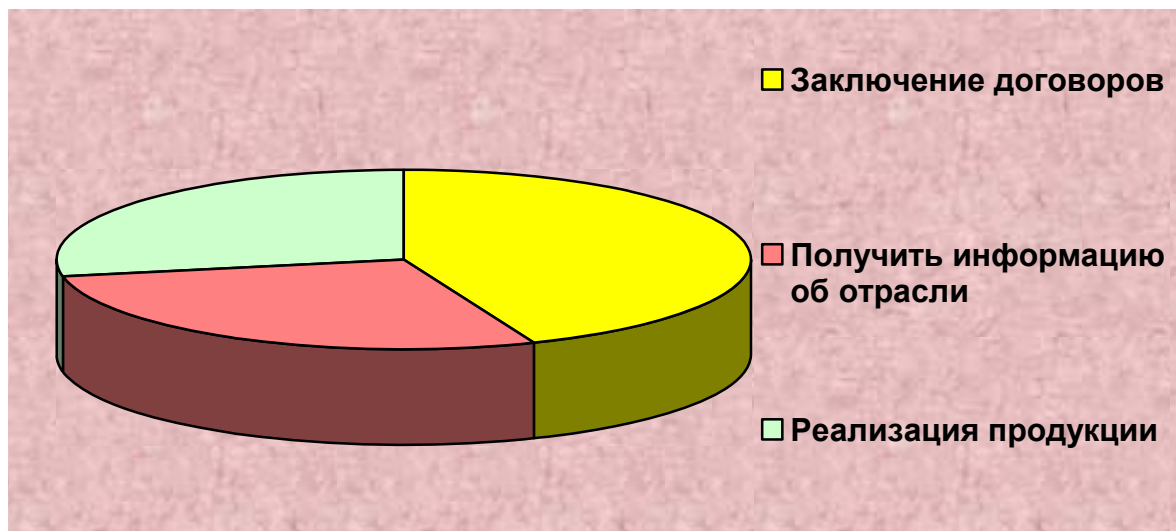


Южный Федеральный Округ –60%

Центральный Федеральный Округ –28%

Северо-Западный Федеральный Округ –12%

В. Цели посещения выставки:

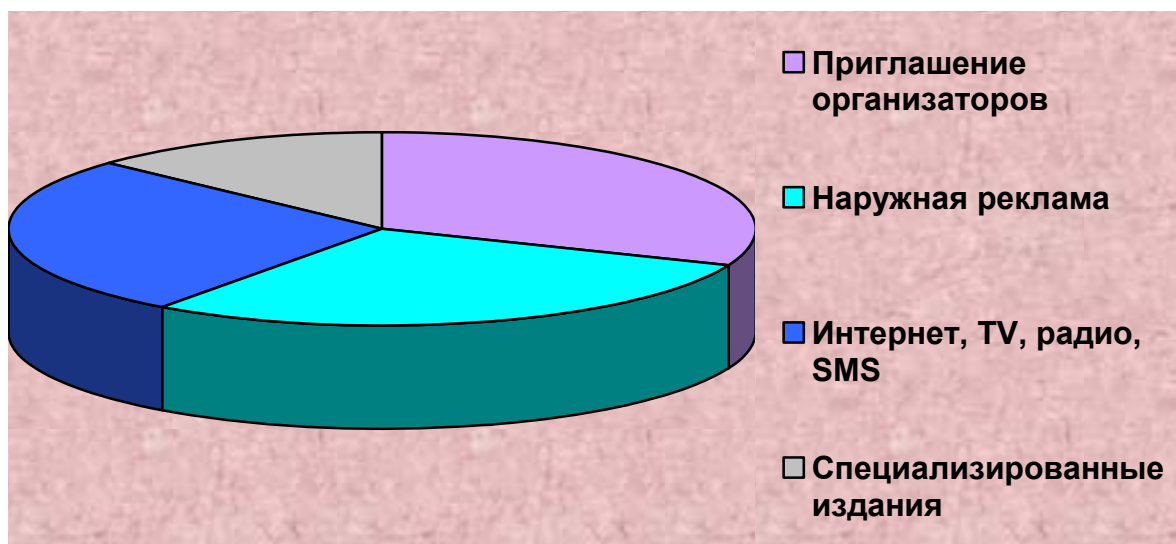


Заклучение договоров—44%

Получить информацию об отрасли – 28%

Реализация продукции –28%

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



Приглашение организаторов (письмо, e-mail, телефон) – 31%

Наружная реклама (афиша, баннер, перетяжки) – 29%

Интернет, TV, радио, SMS – 27%

Специализированные издания – 13%