



## **АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ «КУРОРТЫ И ТУРИЗМ - 2009»**

**В период с 09 по 14 января** в ГК «Жемчужина» была проведена 15-ая Юбилейная международная специализированная выставка-ярмарка **«Курорты и Туризм 2009»**. В выставке приняли участие 468 организаций, 4324 посетителей, из них: - 1001 посетитель-специалистов.

**Информационная поддержка выставки:** «АИТЭРА» Агентство Информационных Технологий, Москва; «АВС-ПОРТАЛ» Информационное агентство, Краснодар, Россия; «ЖЕМЧУЖИНЫ ЮГА РОССИИ», Краснодар; тур-каталог СИТЕС, ежегодный профессиональный «ОТДЫХ В РОССИИ», Тверь; «МЕДОВЫЕ ВОДОПАДЫ» ООО, Пятигорск; «КОМПАСок 1А», Туапсе; «КубаньКурортРесурс» ООО, Краснодар; «КУРОРТНЫЕ ВЕДОМОСТИ» Научно-информационный журнал, Москва; КРЕСТЬЯНИН ИД, Ростов-на-Дону, Россия; «МП-Тур» ООО, Тула; «ПАПИРУС» ИД ЗАО, Санкт-Петербург; «ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР КУРОРТОВ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ» ООО, Краснодар; «ТЕЛЕНЕДЕЛЯ КРАСНОДАР» ООО, Краснодар; «ТУРИНФО» Газета, Москва; TOURVEST.ru Интернет-портал, Пятигорск; «ЦЕНТР ЭФФЕКТИВНОЙ РЕКЛАМЫ» ООО, Сочи; TravelForLife.ru, Санкт-Петербург, Россия; «ТУРИСТ» газета, Ростов-на-Дону, Россия; «РА-СОЛО» ООО, Сочи; ИнформЭКСПО, Москва; Эфкате, Сочи; Интернет портал города-курорта СОЧИ.РУ, Сочи; «Южный Федеральный», Ростов-на-Дону; ТЕЛЕСЕМЬ СОЧИНСКИЙ ВЫПУСК, Сочи.

**Партнер выставки** – «СОЧИНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ», Сочи, Россия.

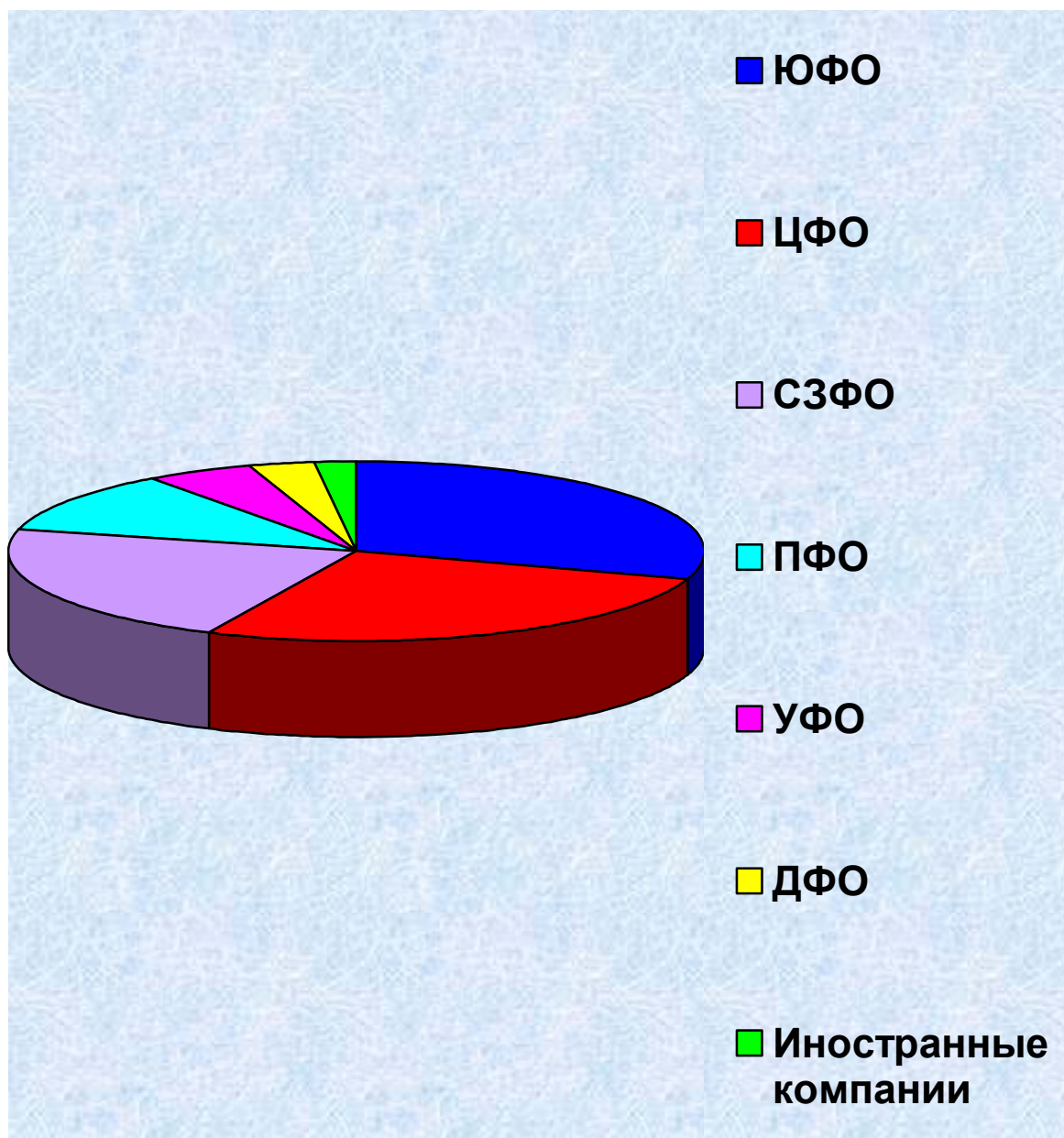
**Информационный партнер выставки:** ВРЕМЯ ОТДЫХАТЬ В РОССИИ, Москва, Россия; «БЕРЕГА МОСКВЫ» журнал, Москва; «НАША ДЕЛОВАЯ ПРЕССА» Издательство» ООО, Санкт-Петербург, Россия; КОНЦЕРТ ОТЕЛЬ РОССИЙСКОЙ ГОСТИНИЧНОЙ АССОЦИАЦИИ Журнал, Москва; «МИР&ДОМ.SOCHI» журнал, Москва; «НЕБО КУБАНИ» ИД, Краснодар; «ОТЕЛЬ» журнал, Москва; «ПАРАД ОТЕЛЕЙ» журнал, Москва; «ПУТЕШЕСТВИЕ ПО СВЕТУ», журнал, Москва; «СпортАкадемРеклама» ООО, Москва; TOUR-INFO.RU, Санкт-Петербург; «ФОЛИАНТ» Рекламно-полиграфическое агентство» ООО, Воронеж; ФОРΟΣ – система поиска и бронирования туров, Москва; «ВЫБИРАЙ соблазны большого города Сочи», Сочи; ЕхроMediaGroup, Ростов-на-Дону.

**Генеральный информационный партнер** – «ТУРИСТИЧЕСКИЙ ОЛИМП» журнал, Москва.

**Генеральный Интернет-партнер** - ОТДЫХ.на КУБАНИ.РУ, Информационный портал, Краснодар.

## **I. УЧАСТНИКИ**

## А. География участников



**Южный Федеральный Округ – 30%**

**Центральный Федеральный Округ – 27%**

**Северо-Западный Федеральный Округ – 22%**

**Приволжский Федеральный Округ – 11%**

**Уральский Федеральный Округ – 5%**

**Дальневосточный Федеральный Округ – 3%**

**Иностранные компании – 2%**

## В. Цели участия:



**Привлечение новых клиентов - 28%**

**Расширение рынков сбыта – 23%**

**Ознакомление с новыми тенденциями туристкой отрасли – 17%**

**Осмотр баз размещения – 15%**

**Сравнить предложения конкурентов – 10%**

**Участие в презентации, круглом столе - 7%**

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



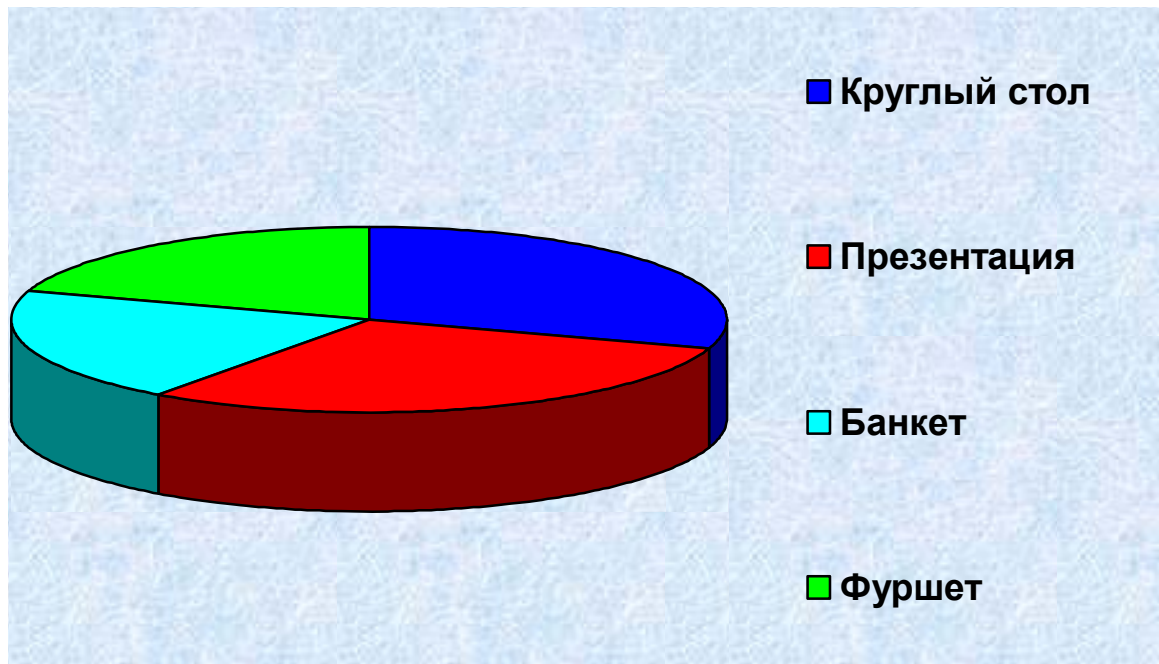
**Приглашение организаторов – 30%**

**Интернет, TV, радио – 25%**

**Постоянное участие в выставке Курорты и Туризм - 24%**

**Наружная реклама – 21%**

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



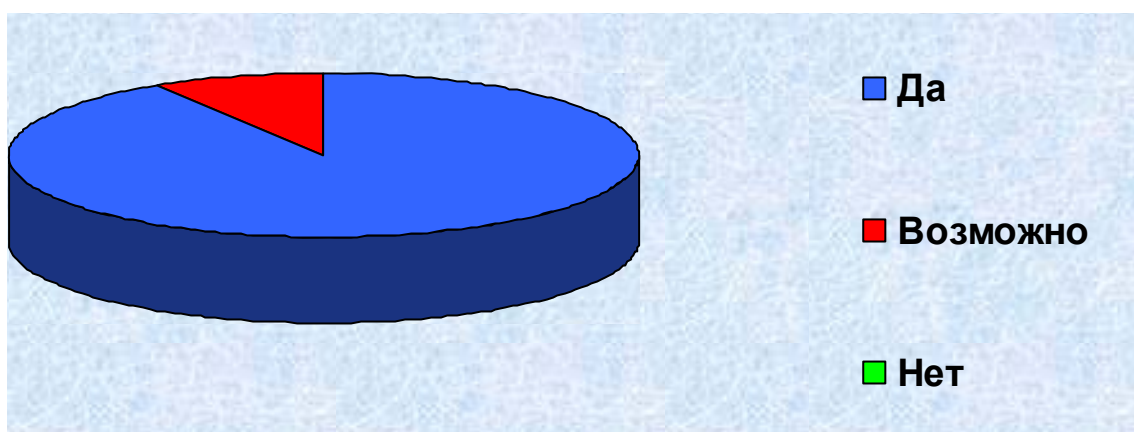
**Круглый стол – 30%**

**Презентация – 30%**

**Банкет – 20%**

**Фуршет – 20%**

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

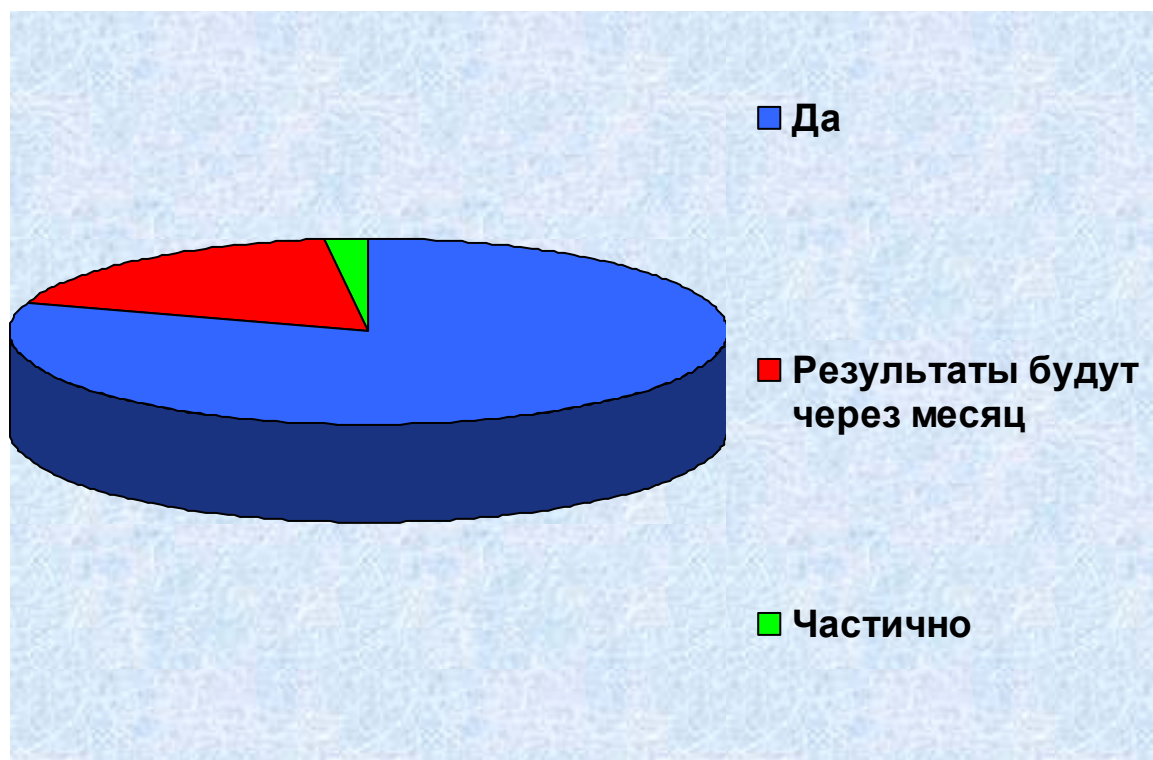


**Да – 91%**

**Возможно – 9%**

**Нет – 0%**

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



**Да – 80%**

**Результаты будут через месяц – 18%**

**Частично – 2%**



### Г. Преимущества выставки



**Высокий уровень организации выставки – 27%**

**Много посетителей – 21%**

**Заклучение договоров – 15%**

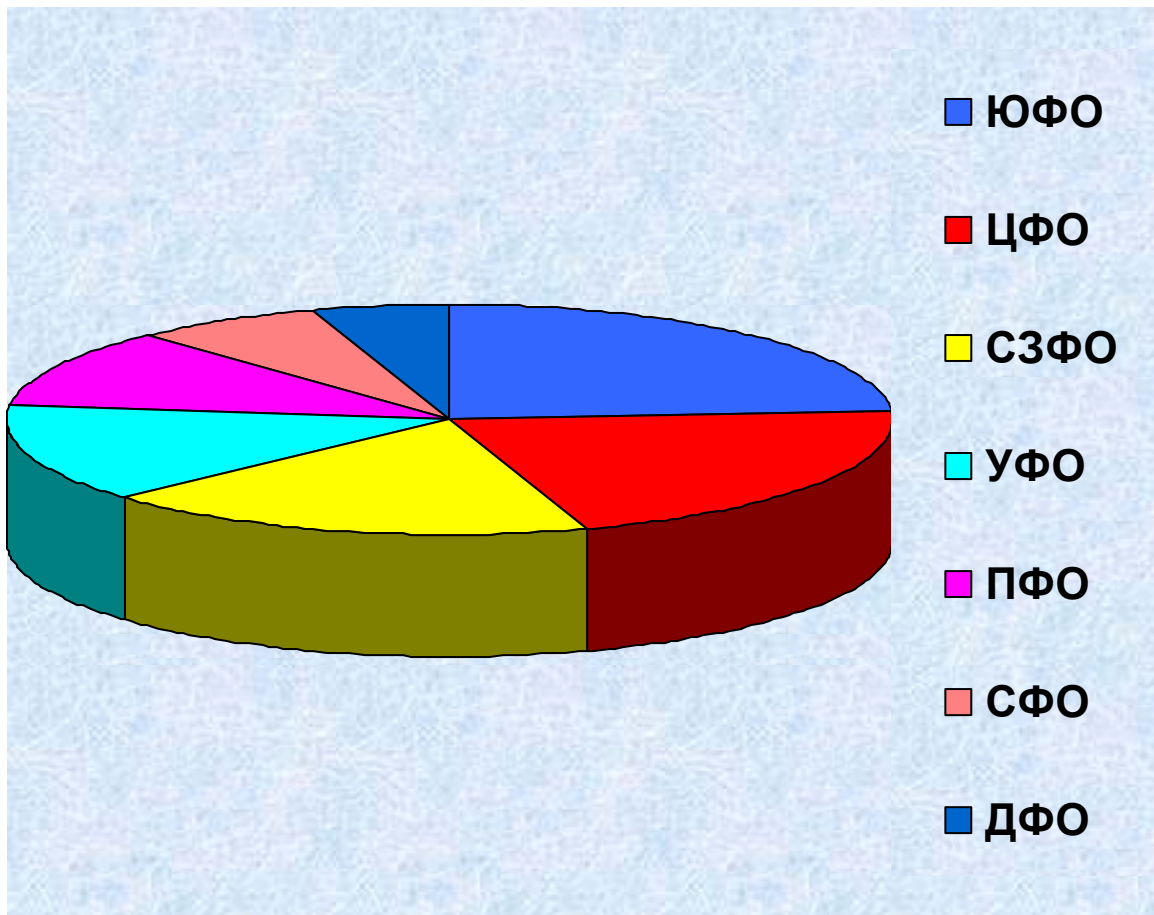
**Сервисное обслуживание – 14%**

**Отличное место проведения выставки - 12%**

**Реклама выставки – 11%**

## II. ПОСЕТИТЕЛИ

### А. География посетителей



**ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ - 24%**

**ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ - 21%**

**СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ - 18%**

**УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ – 14%**

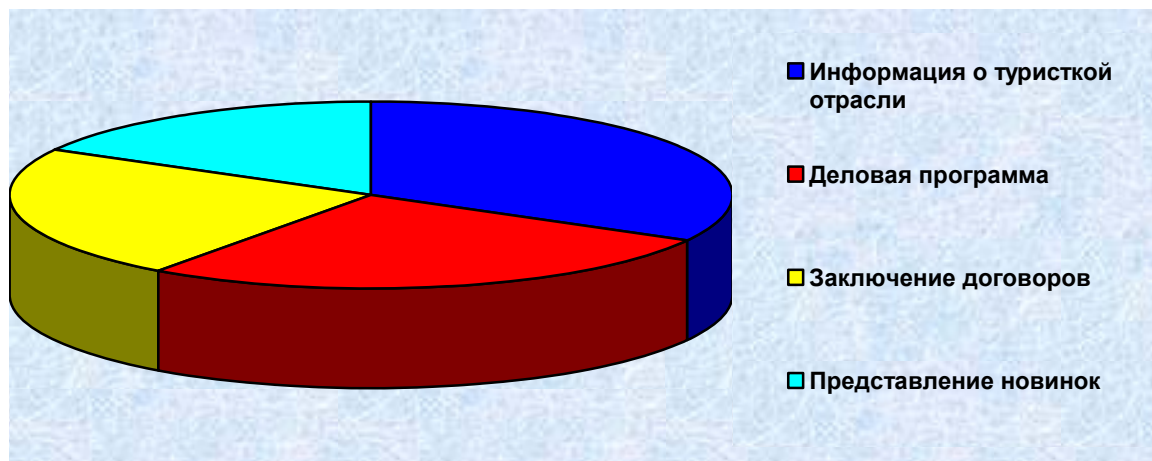
**ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ – 11%**

**СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ – 7%**

**ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ – 5%**



### В. Цели посещения выставки:



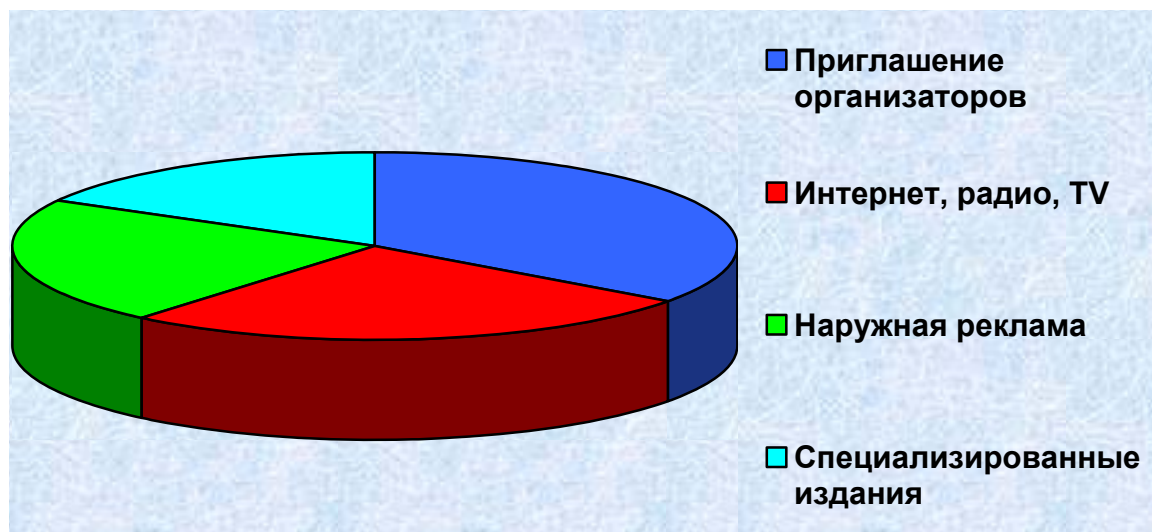
**Получить информацию о туристкой отрасли – 33%**

**Посещение деловой программы – 27%**

**Заключение договоров – 23%**

**Представление новинок – 17%**

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



**Приглашение организаторов (письмо, e-mail, телефон) – 35%**

**Интернет, TV, радио – 26%**

**Наружная реклама (афиша, баннер, перетяжки) – 22%**

**Специализированные издания (газеты, журналы, каталоги)– 17%**