

**АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ  
«ОТЕЛЬ-ДОМ-РЕСТОРАН-МЕБЕЛЬ- 2009»  
«Кавказский пикник- 2009»**



В период с 22 по 24 октября в ГК «Жемчужина» была проведена X-я юбилейная международная специализированная выставка «ОТЕЛЬ-ДОМ-РЕСТОРАН-МЕБЕЛЬ-2009». «Кавказский пикник» В выставке приняли участие 36 компаний, 3531 посетителя, из них: - 1005 посетителей-специалистов.

**При содействии и участии:**

- Торгово-промышленной палаты Краснодарского края;
- Общероссийской ассоциации работников мебельной промышленности и торговли «Мебельщики России»

**Генеральный информационный партнер:**

- «ProОтель»- специализированный журнал, Москва.

**Генеральный Интернет партнер:**

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

**Информационная поддержка выставки:**

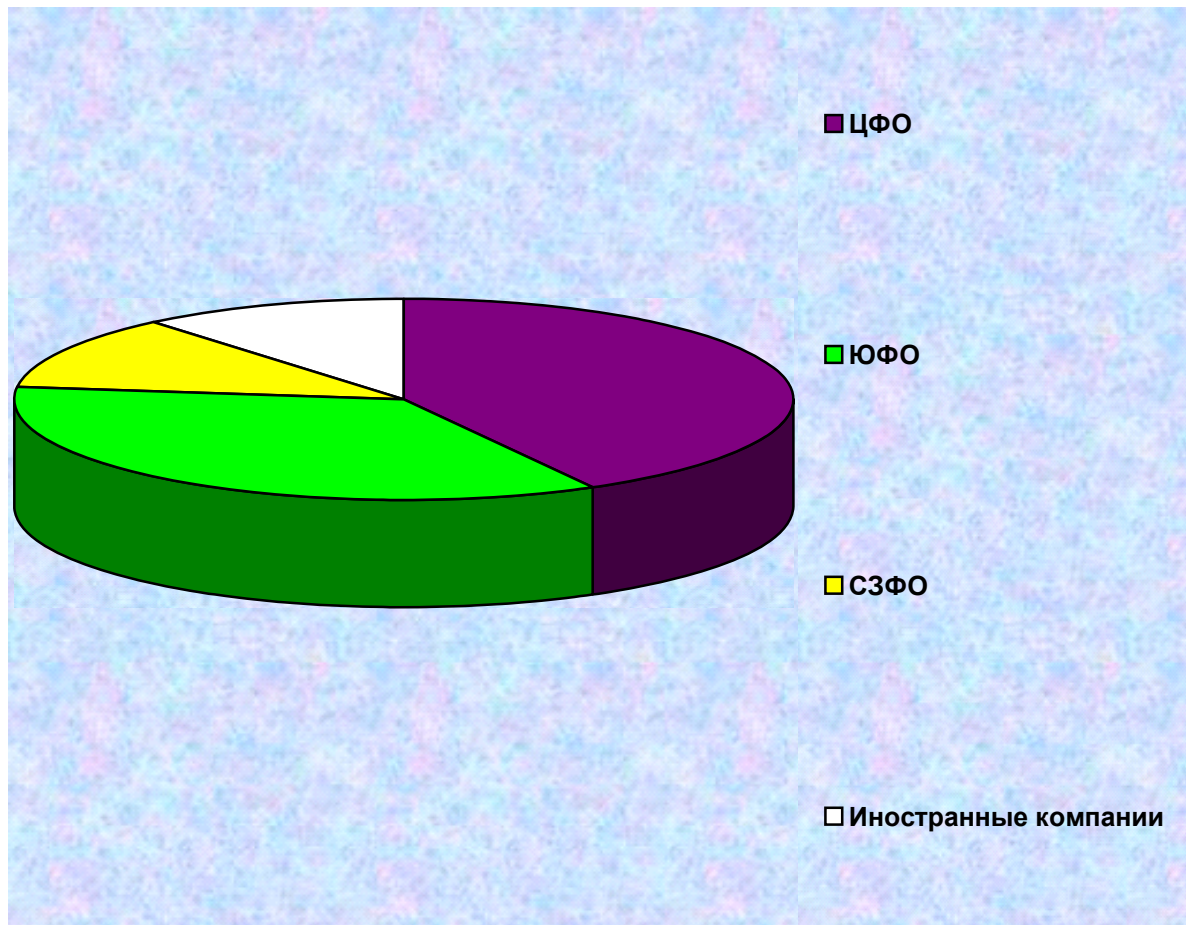
- «РЕМОНТ В МОСКВЕ» специализированная газета, Москва;
- ИнформЭКСПО, Москва;
- «Южный Федеральный», Ростов-на-Дону;
- CityCards - сеть рекламных стоек, Сочи.

**Информационный партнер выставки:**

- WOODBUSINESS.RU- ЛЕСНОЙ ПОРТАЛ, Санкт-Петербург;
- «ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО» журнал, Москва;
- «ГРОТЕК» ООО, АДИ «МОНИТОР», Москва;
- «МИР&ДОМ.SOCHI»журнал, Москва;
- «РУССКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ СЕТЬ» Информационно-аналитическое агентство, Дубна;
- «ЭФКАТЕ» ОАО, Сочи;
- СОЧИ. РУ Интернет портал города-курорта, Сочи.

# I. УЧАСТНИКИ

## A. География участников



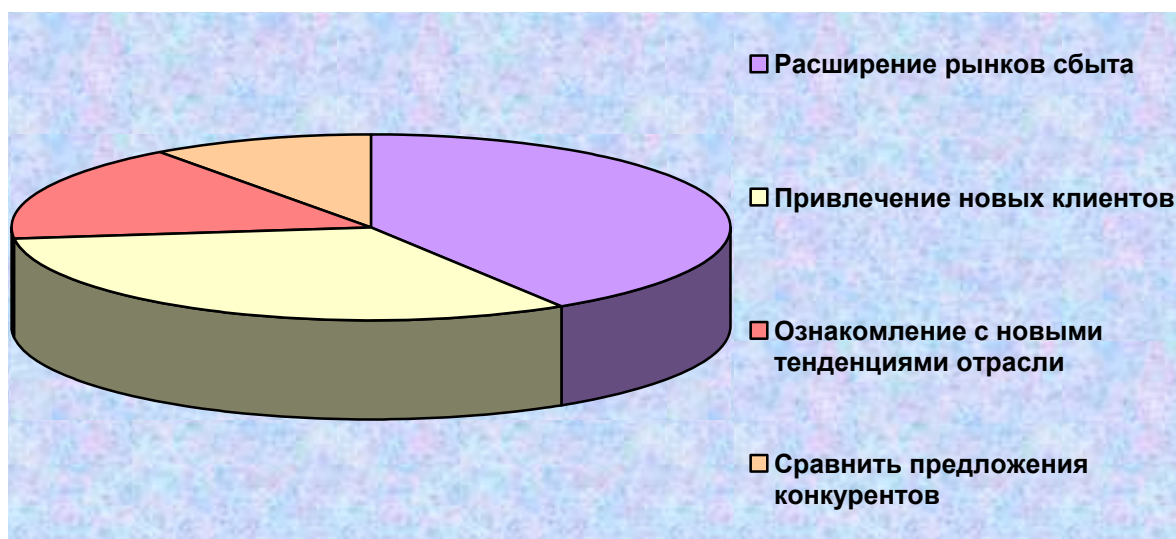
**Центральный Федеральный Округ– 42%**

**Южный Федеральный Округ – 35%**

**Северо-Западный Федеральный Округ –12%**

**Иностранные компании -11%**

**В. Цели участия:**



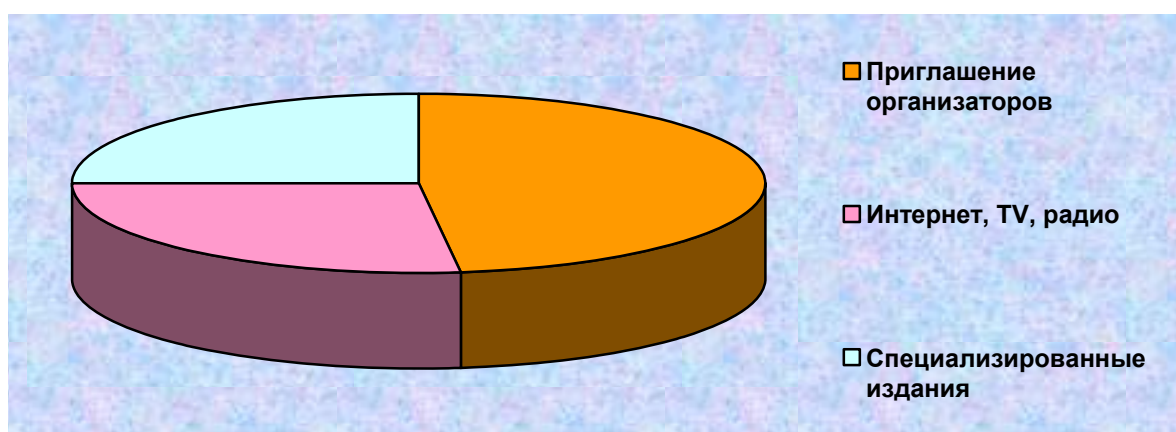
**Расширение рынков сбыта – 45%**

**Привлечение новых клиентов – 29%**

**Ознакомление с новыми тенденциями отрасли – 15%**

**Сравнить предложения конкурентов – 11%**

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

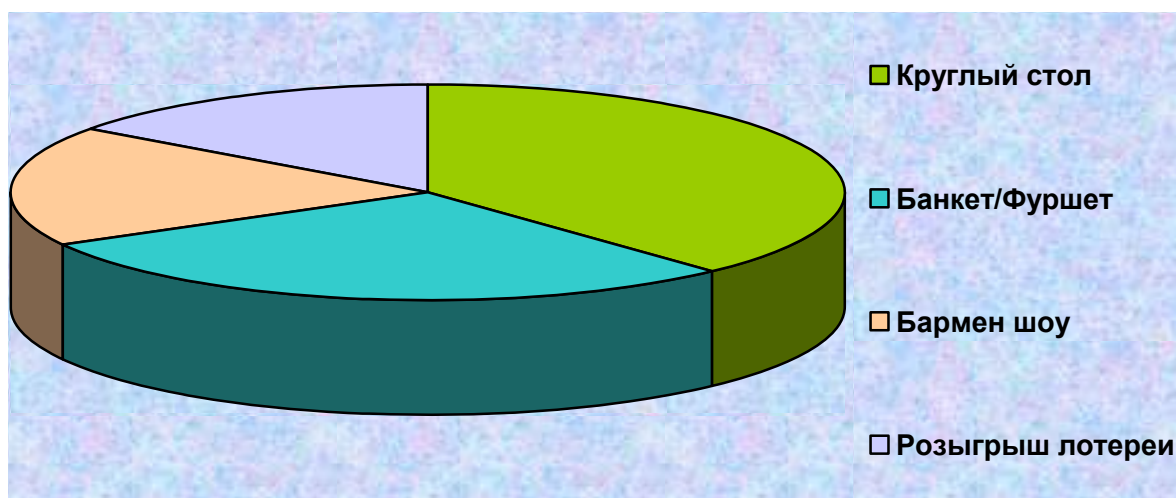


**Приглашение организаторов – 48%**

**Интернет, TV, радио – 27%**

**Специализированные издания – 25%**

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



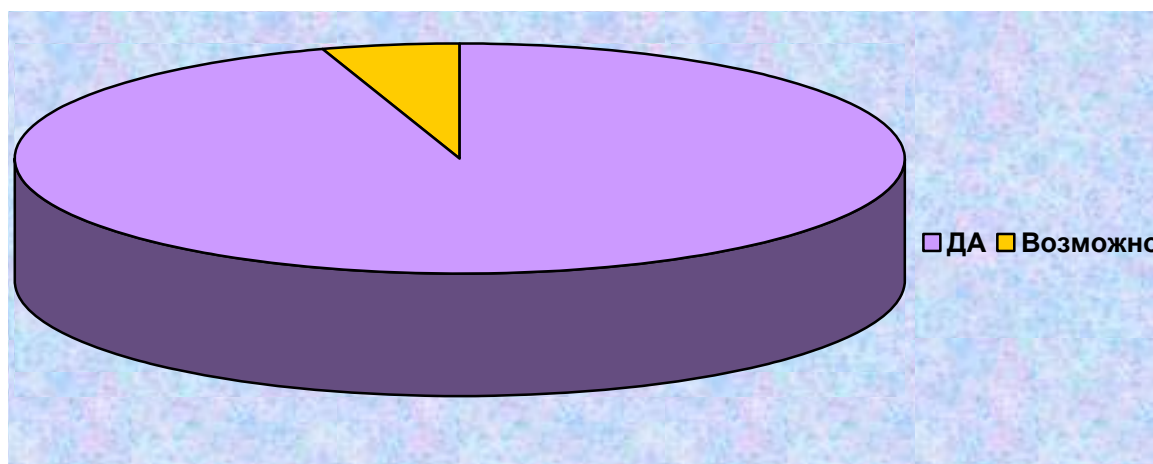
**Круглый стол – 38%**

**Банкет/Фуршет – 29%**

**Бармен шоу – 18%**

**Розыгрыш лотереи – 15%**

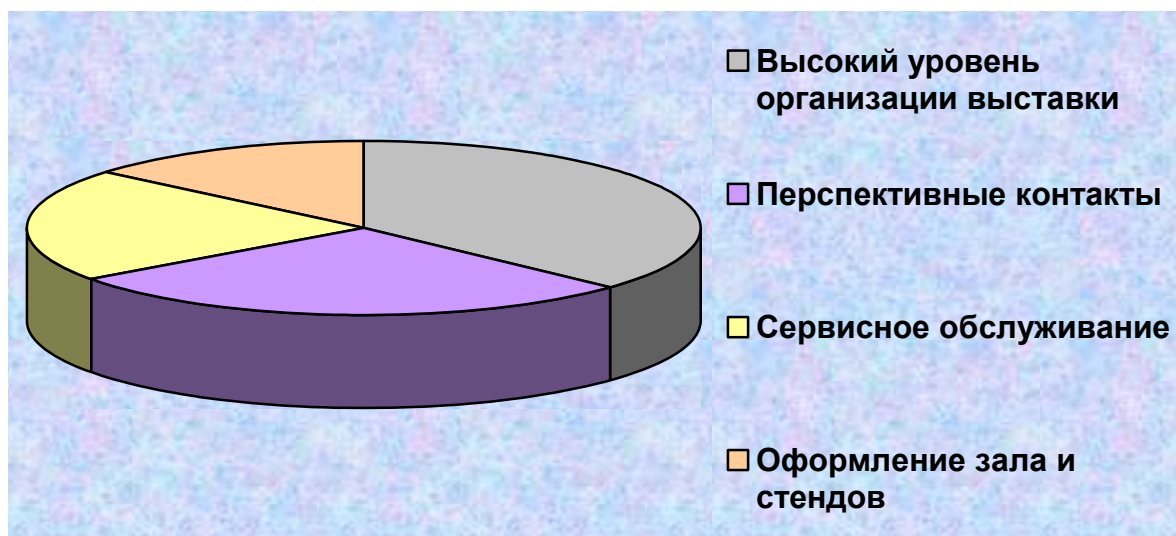
**Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?**



**Да – 95%**

**Возможно – 5%**

### Ф. Преимущества выставки



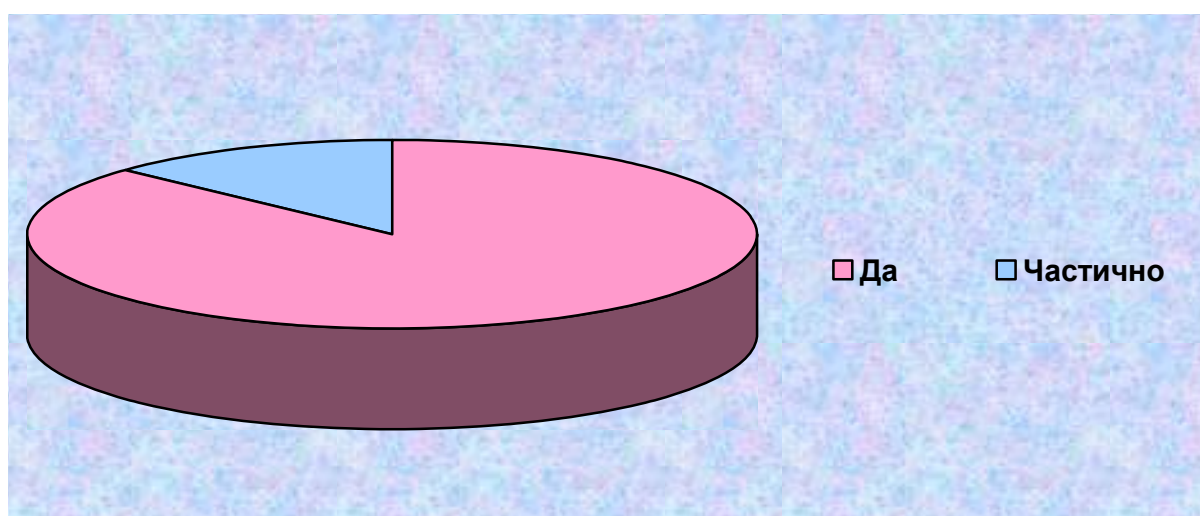
**Высокий уровень организации выставки – 37%**

**Перспективные контакты – 28%**

**Сервисное обслуживание – 21%**

**Оформление зала и стендов – 14%**

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

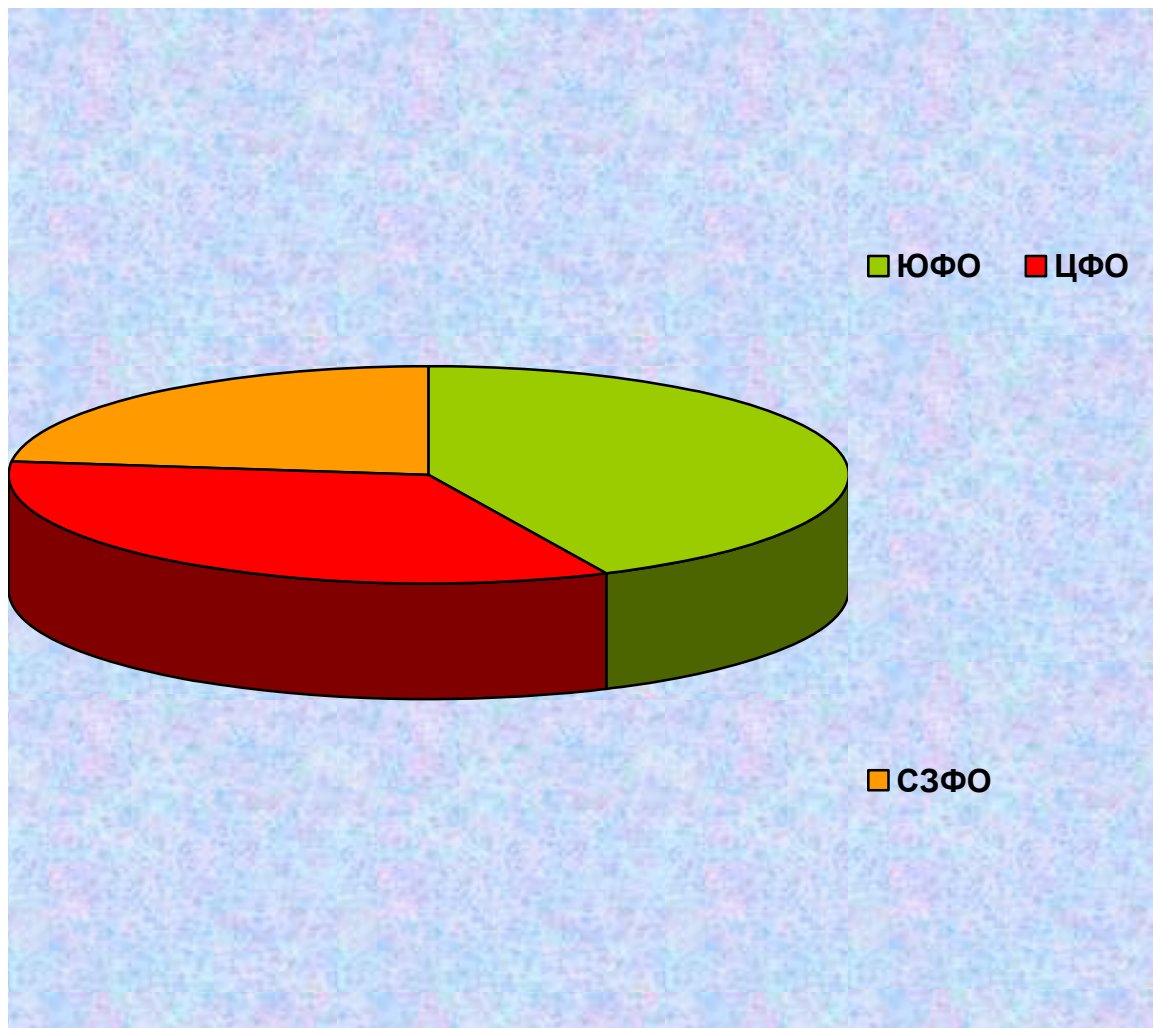


**Да – 87%**

**Частично – 13%**

## II. ПОСЕТИТЕЛИ

### A. География посетителей

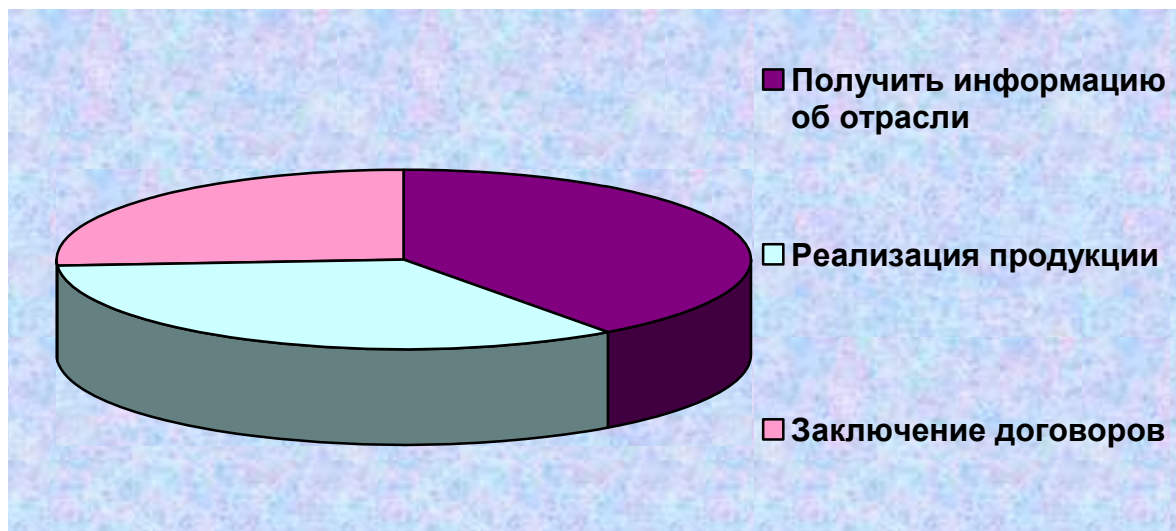


**Южный Федеральный Округ – 56%**

**Центральный Федеральный Округ –32%**

**Северо-Западный Федеральный Округ –12%**

**В. Цели посещения выставки:**

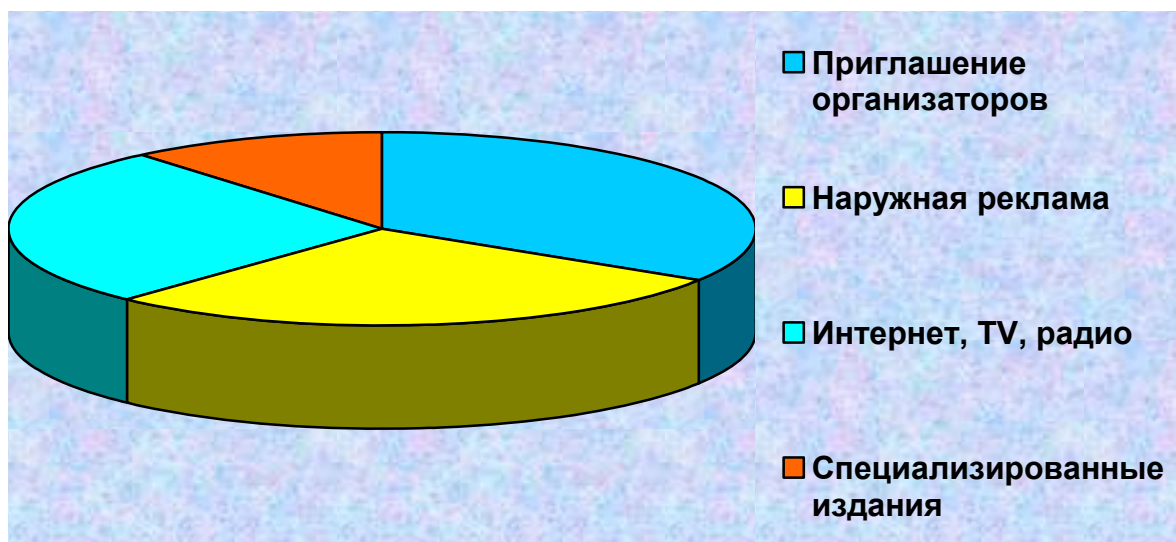


**Заклучение договоров—40%**

**Реализация продукции –34%**

**Получить информацию об отрасли – 26%**

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



**Приглашение организаторов (письмо, e-mail, телефон) – 34%**

**Наружная реклама (афиша, баннер, перетяжки) – 28%**

**Интернет, TV, радио – 27%**

**Специализированные издания – 11%**