



АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ

«Продукты питания -2013»

В период с 28 по 30 марта 2013 года в ГК «Жемчужина» была проведена XV специализированную выставку «Продукты питания-2013»

В выставке приняли участие 58 компаний , 3680 посетителей, из них: 15% посетителей-специалистов. Нетто 560, Брутто 980.

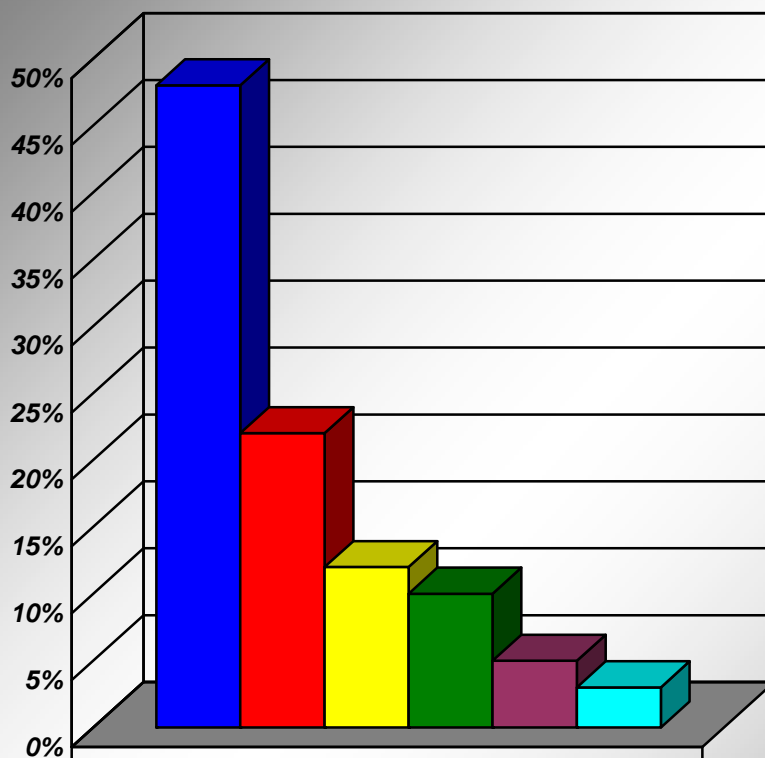
Генеральный информационный партнер
«ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ» Издательство» ООО, Москва

Информационный партнер
ПищеПромЭксперт, специализированные издания, Ростов-на-Дону
RUSSIAN FOOD & DRINKS MARKET MAGAZINE журнал, Санкт-Петербург
БИЗНЕС ПИЩЕВЫХ ИНГРЕДИЕНТОВ, Черноголовка
«АВАНГАРД-СЕРВИС» ООО Ресторанный портал ugesti.com, Краснодар
«КУБАНСКИЕ ВЕДОМОСТИ», Краснодар
«КУБАНЬ» Информационное агентство», Краснодар
«На Кубани.ру» ООО, Краснодар
«АИТЭРА» Агентство Информационных Технологий, Москва
«ЭФКАТЕ» ОАО, Сочи
«ЗОЛОТО СОЧИ» Городской Интернет-портал, Сочи
Noreca.travel, Москва
«ФОРВАРД-МЕДИА», Краснодар

Информационная поддержка
БИ ЭКО Журнал, Москва

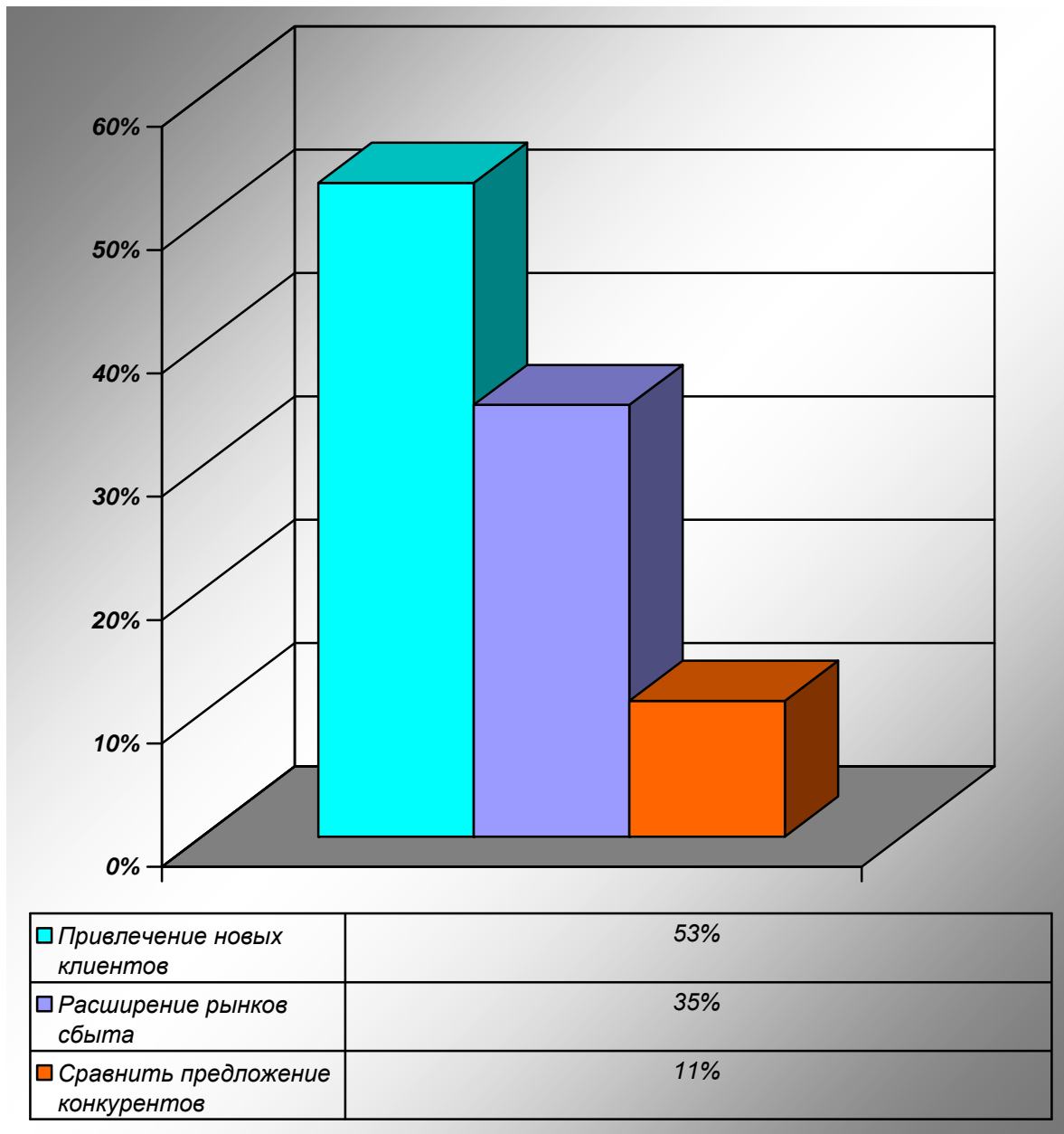
I. УЧАСТНИКИ

A. География участников

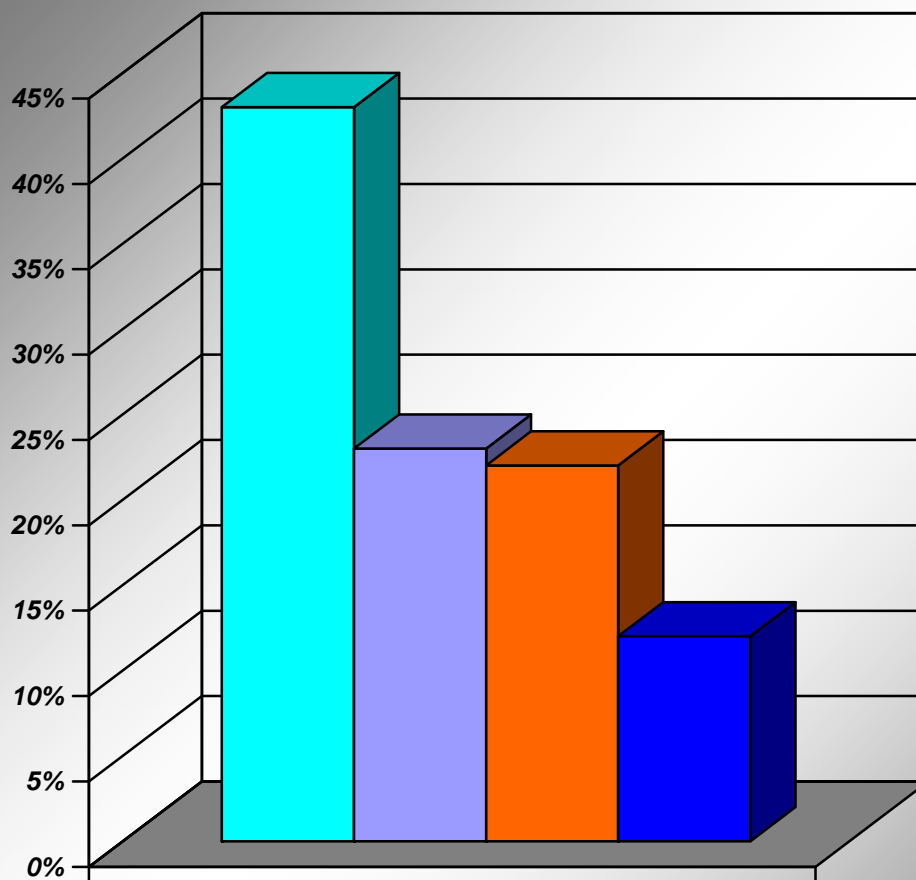


■ Южный Федеральный Округ	48%
■ Центральный Федеральный Округ	22%
■ Северо-Западный Федеральный Округ	12%
■ Иностранные компании	10%
■ Сибирский Федеральный Округ	5%
■ Уральский Федеральный Округ	3%

В. Цели участия:

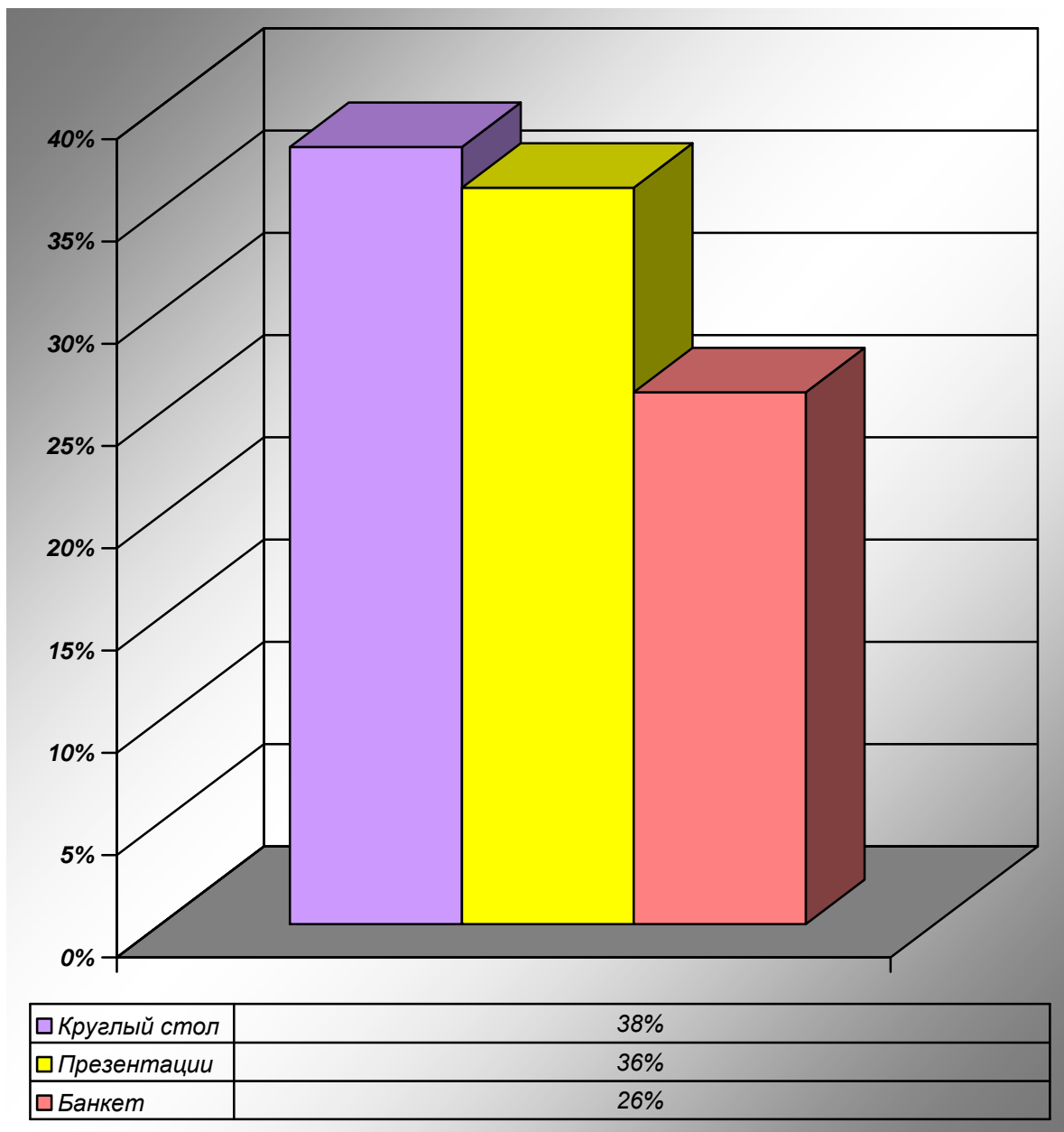


С. Источники, из которых узнали о выставке:

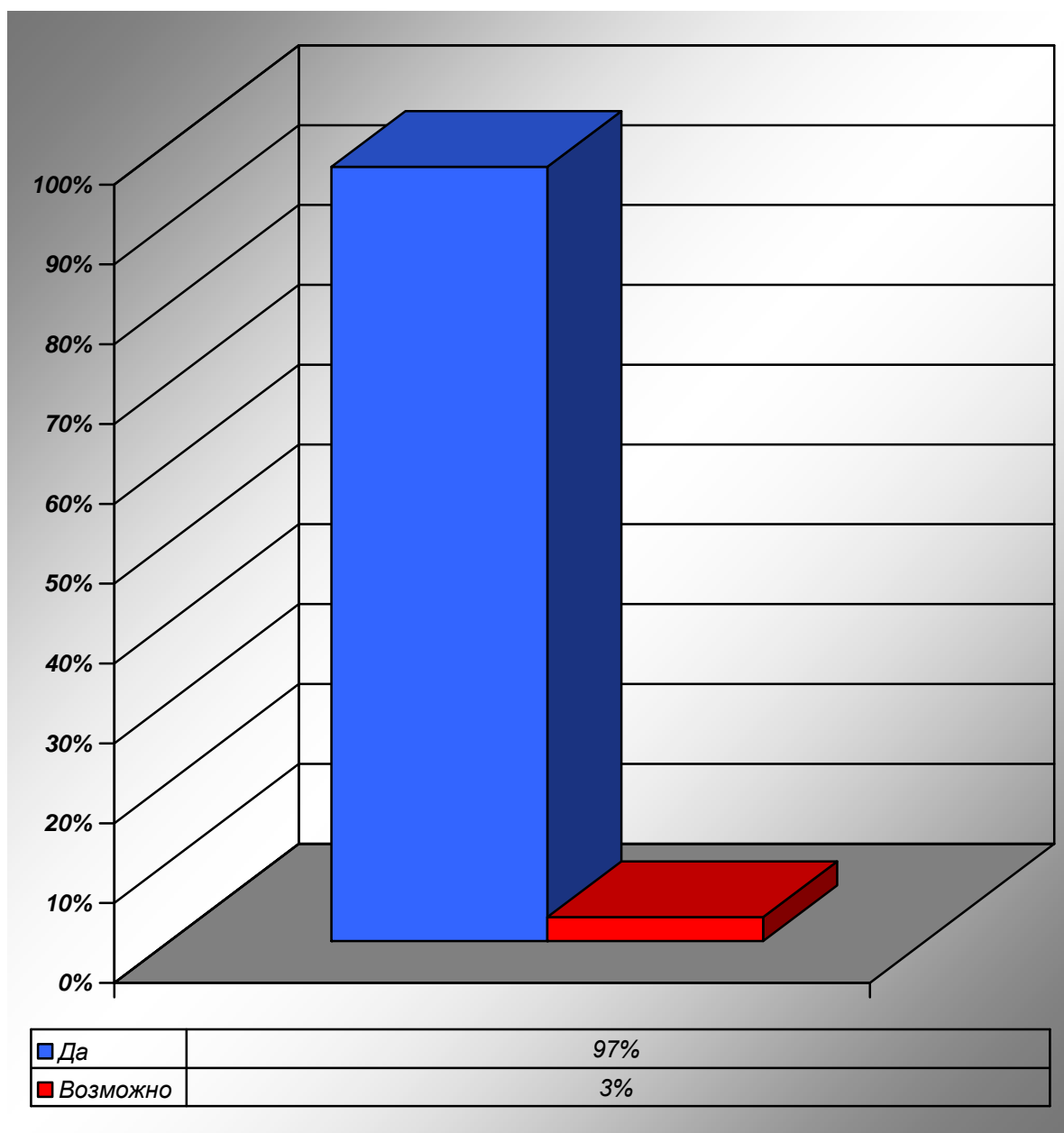


■ Приглашение организаторов	43%
■ Интернет, ТВ, радио, индивидуальная рассылка	23%
■ Постоянное участие в выставке "Продукты питания"	22%
■ Наружная реклама	12%

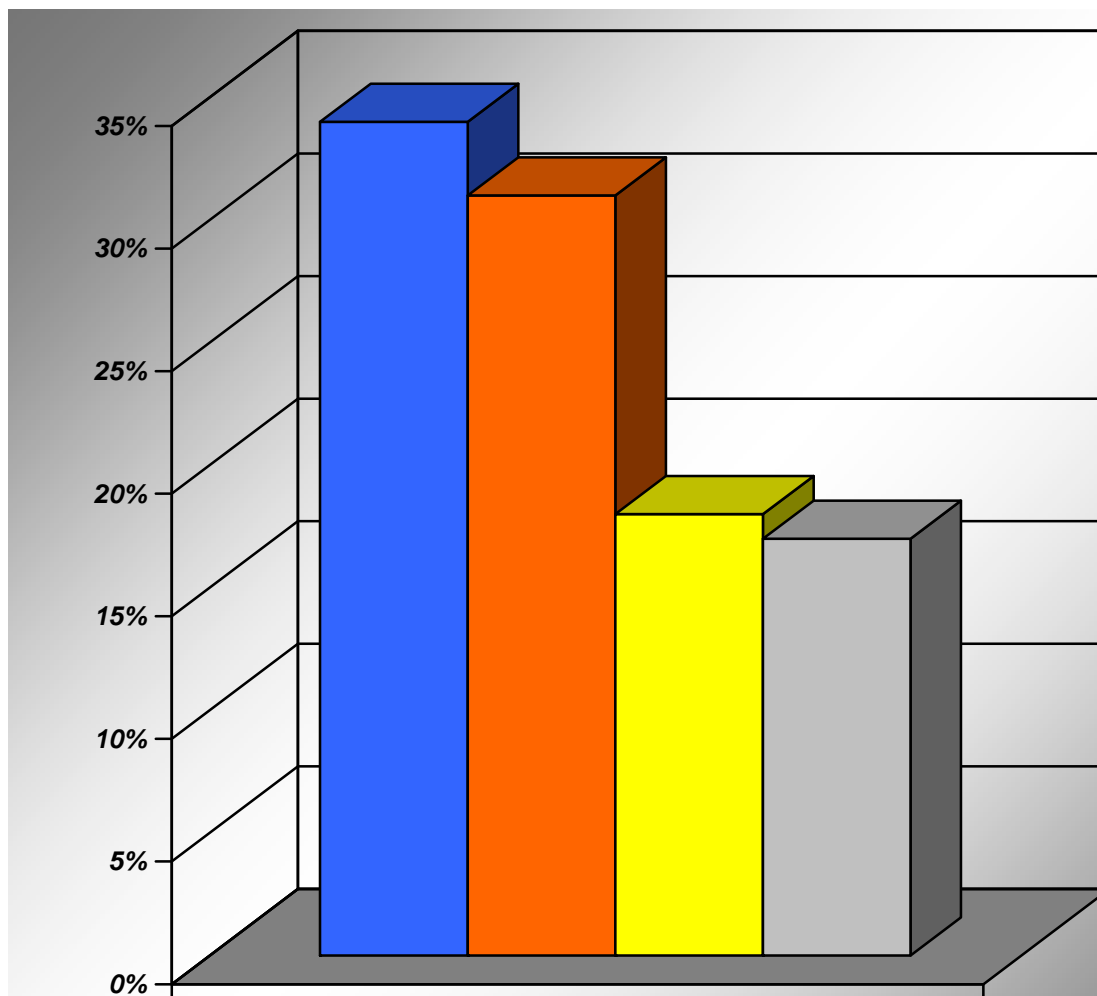
D. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?



Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?



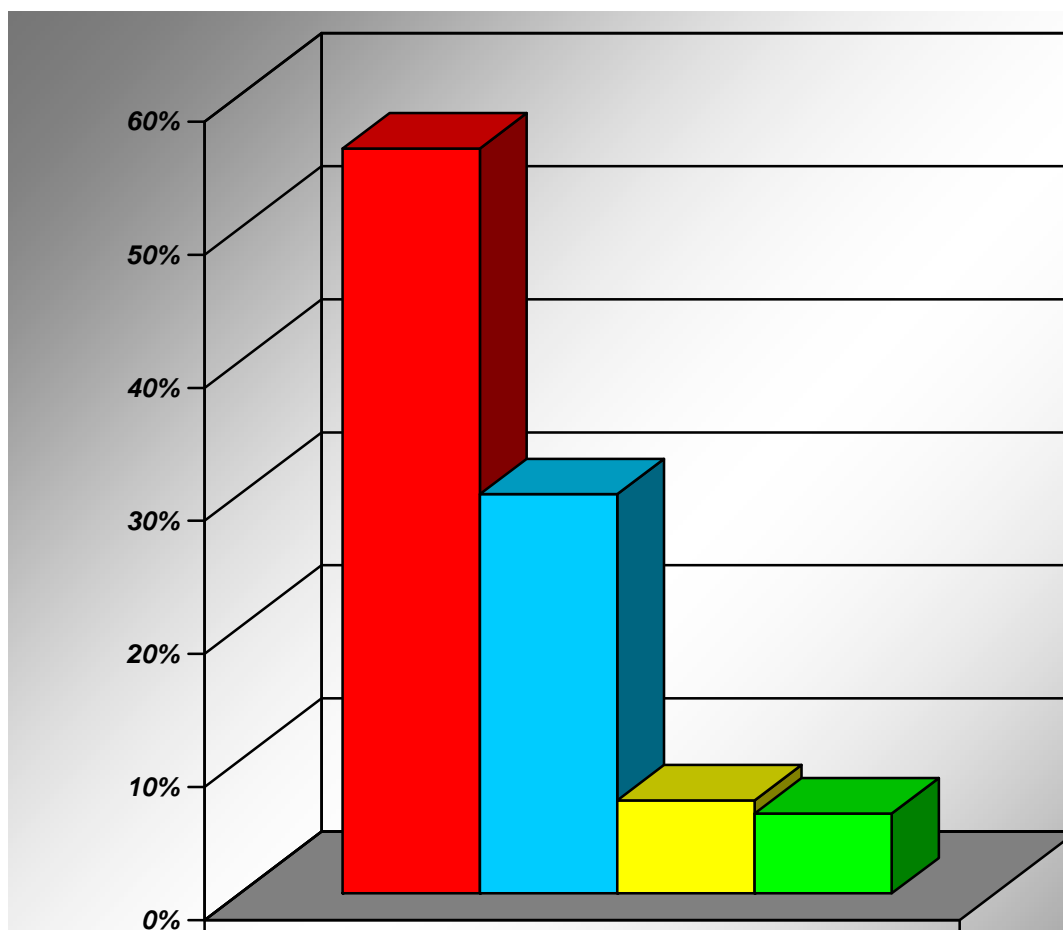
Г. Преимущества выставки



■ <i>Высокий уровень организации выставки</i>	34%
■ <i>Заключение договоров</i>	31%
■ <i>Реклама выставки</i>	18%
■ <i>Сервисное обслуживание</i>	17%

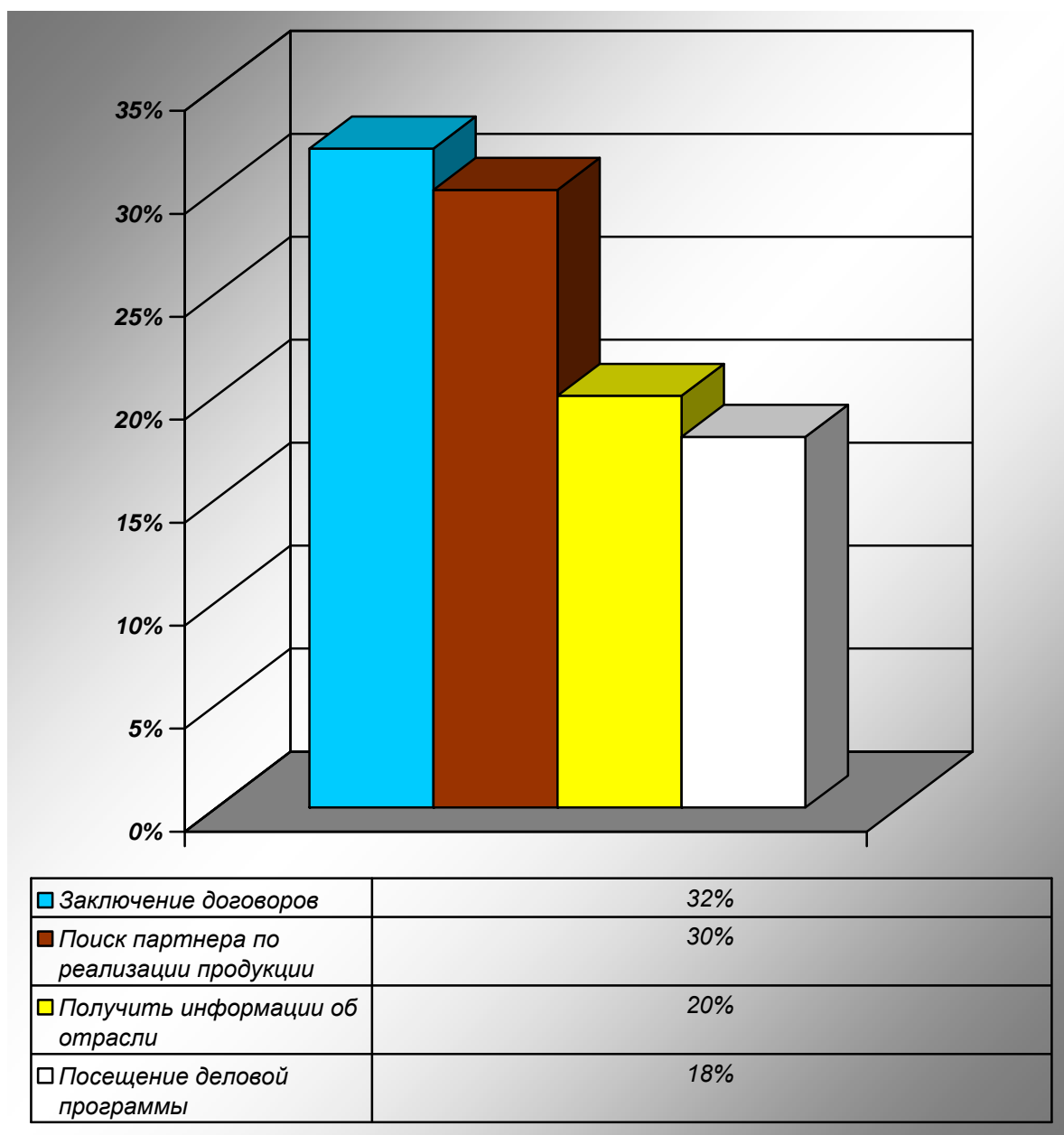
II. ПОСЕТИТЕЛИ

A. География посетителей

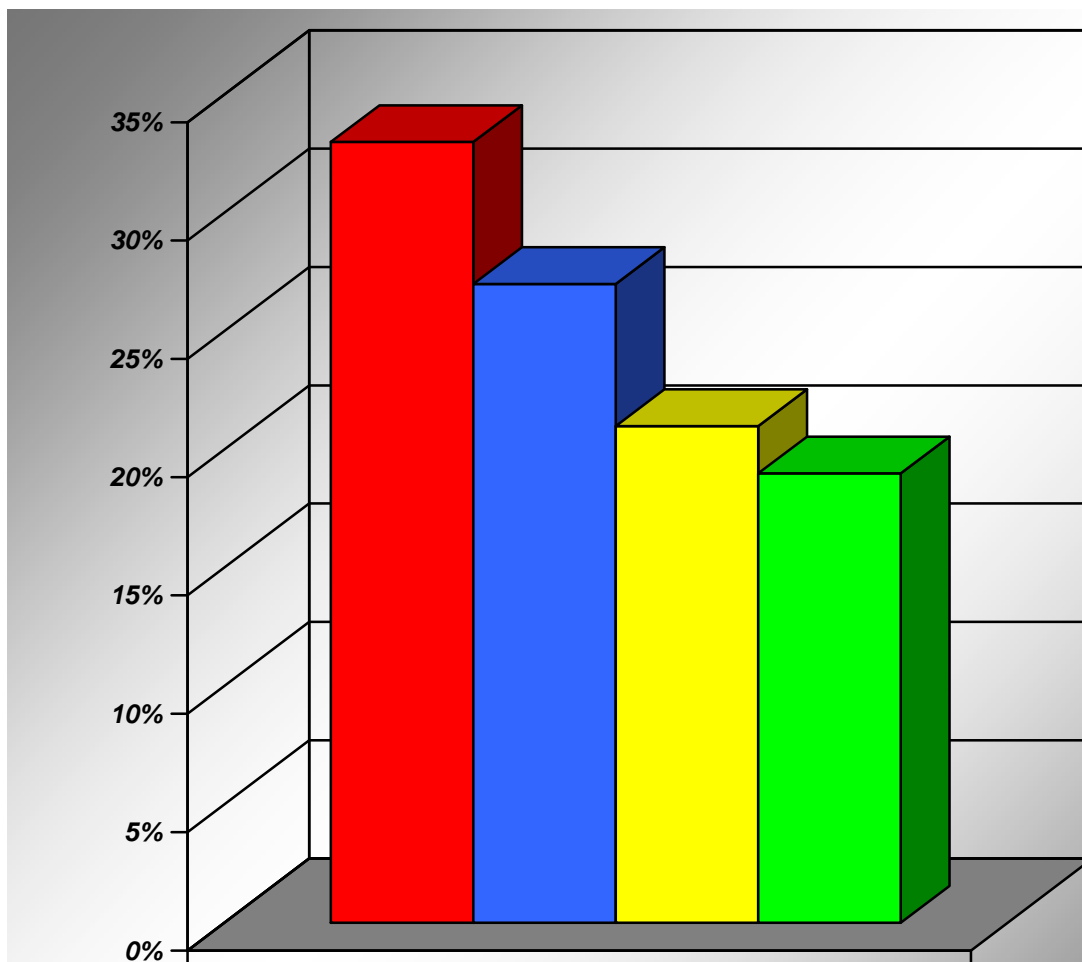


■ Южный Федеральный Округ	56%
■ Центральный Федеральный Округ	30%
■ Иностранные компании	7%
■ Сибирский Федеральный Округ	6%

В. Цели посещения выставки:



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



■ Приглашение организаторов	33%
■ Интернет, радио, TV	27%
■ Наружная реклама	21%
■ Специализированные издание	19%