



## АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВОК

### «ПИВО-2013» Вино-Водка-2013», «Мир воды-2013»

В период с 22 по 25 мая 2013 года в ГК «Жемчужина» была проведена XXII международная выставка «ПИВО-2013» и XX Юбилейная международная выставки напитков «Вино-Водка-2013», VII специализированной выставки «Мир воды-2013» В выставках приняли участие компаний , 3680 посетителей, из них: 15% посетителей-специалистов. Нетто 560, Брутто 980.

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

Информационный партнер

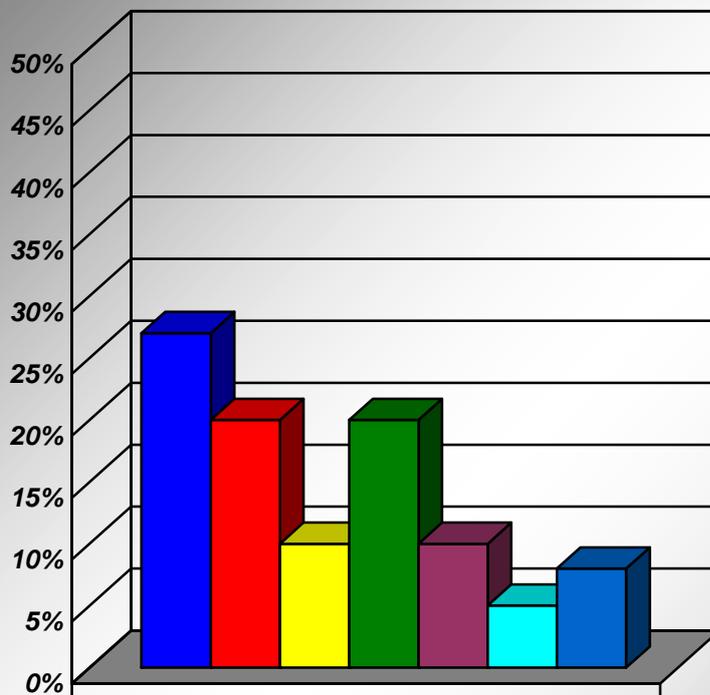
«КУБАНСКИЕ ВЕДОМОСТИ», Краснодар (Продукты питания)  
«АВАНГАРД-СЕРВИС» ООО, Ресторанный портал ugosti.com, Краснодар (Продукты питания)  
БИЗНЕС ПИЩЕВЫХ ИНГРЕДИЕНТОВ, Черноголовка (Продукты питания)  
«ИНДУСТРИЯ НАПИТКОВ» журнал, Санкт-Петербург (Пиво)  
RUSSIAN FOOD & DRINKS MARKET MAGAZINE журнал, Санкт-Петербург (Пиво)  
ПИВНОЕ ДЕЛО международный аналитический журнал, Харьков  
ГУДС МАТРИКС, Санкт-Петербург  
«ДРИНКС ГЕЛЕРИ» ЧП, Киев  
«ИМПЕРИЯ ВКУСА» журнал о напитках, Санкт-Петербург  
«РУССКАЯ ВОДКА+» международный журнал алкогольного бизнеса, Москва  
«СПИРТНЫЕ НАПИТКИ» Журнал, Москва  
«ТАРА И УПАКОВКА» журнал, Москва «КУБАНЬ» Информационное агентство», Краснодар  
«На Кубани.ру» ООО, Краснодар (Продукты питания)  
«АИТЭРА» Агентство Информационных Технологий, Москва  
«ЭФКАТЕ» ОАО, Сочи  
«ЗОЛОТО СОЧИ» Городской Интернет-портал, Сочи  
Noreca.travel, Москва  
«ФОРВАРД-МЕДИА», Краснодар

Информационная поддержка

«ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ. PROD&PROD» журнал, Москва (Пиво)  
ПищеПромЭксперт, специализированные издания, Ростов-на-Дону (Пиво)

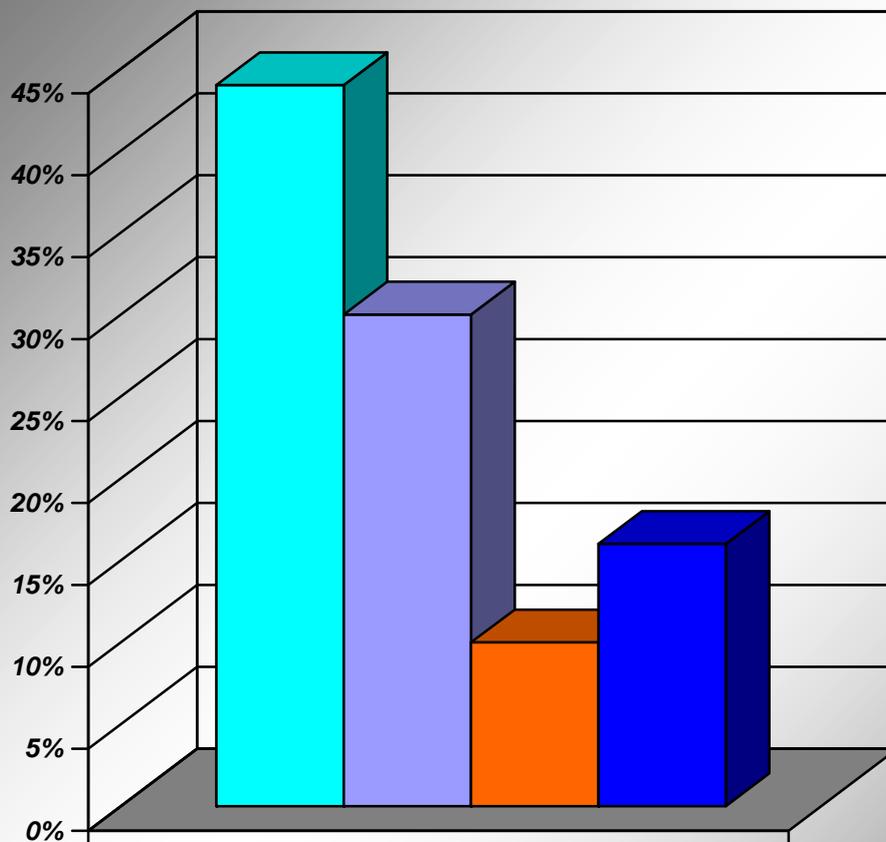
# I. УЧАСТНИКИ

## A. География участников



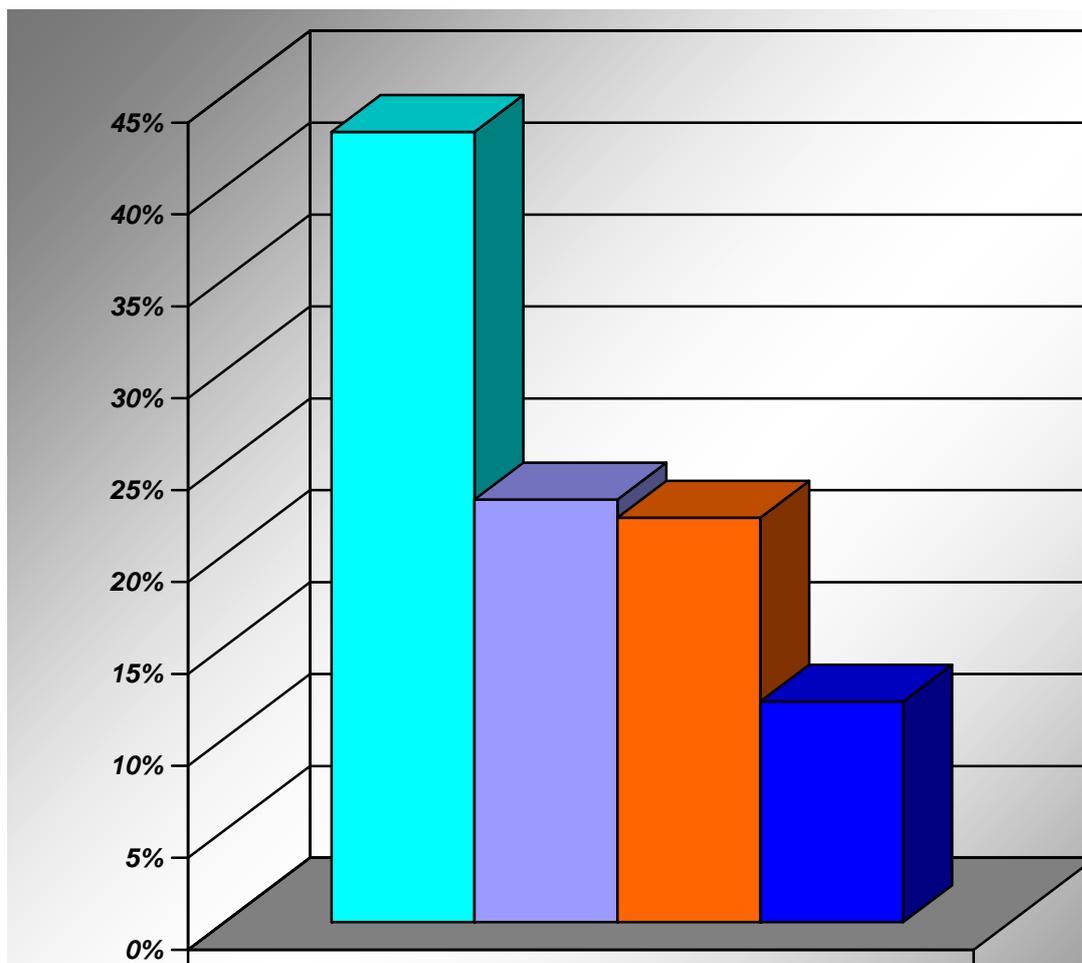
■ Южный Федеральный Округ	27%
■ Центральный Федеральный Округ	20%
■ Северо-Западный Федеральный Округ	10%
■ Иностранные компании	20%
■ Сибирский Федеральный Округ	10%
■ Уральский Федеральный Округ	5%
■ Приволжский Федеральный округ	8%

**В. Цели участия:**



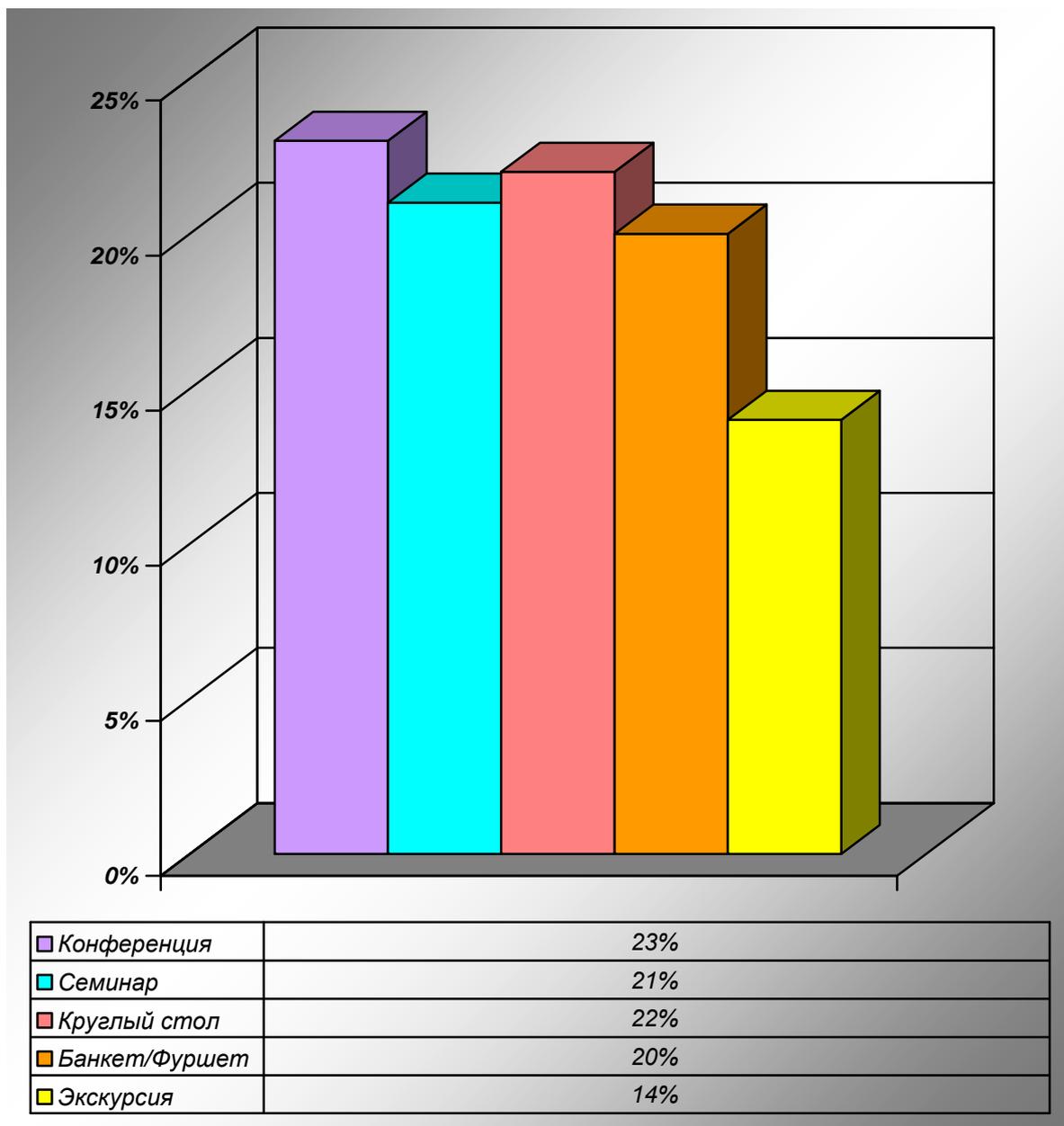
■ Привлечение новых клиентов	44%
■ Расширение рынков сбыта	30%
■ Сравнить предложение конкурентов	10%
■ Ознакомление с новыми тенденциями пивной отрасли	16%

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

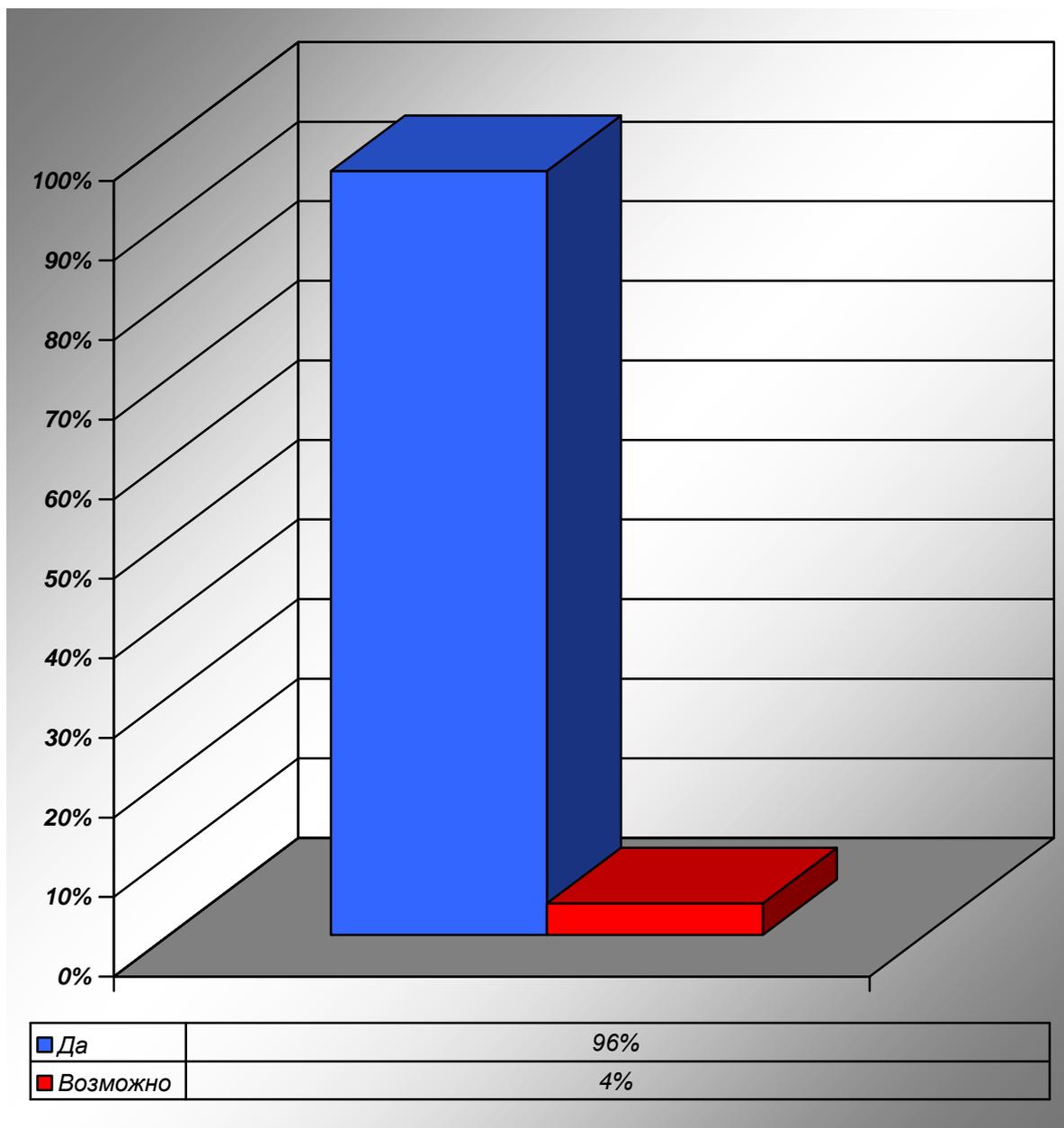


■ Приглашение организаторов	43%
■ Интернет, TV, радио, индивидуальная рассылка	23%
■ Постоянные участники	22%
■ Наружная реклама	12%

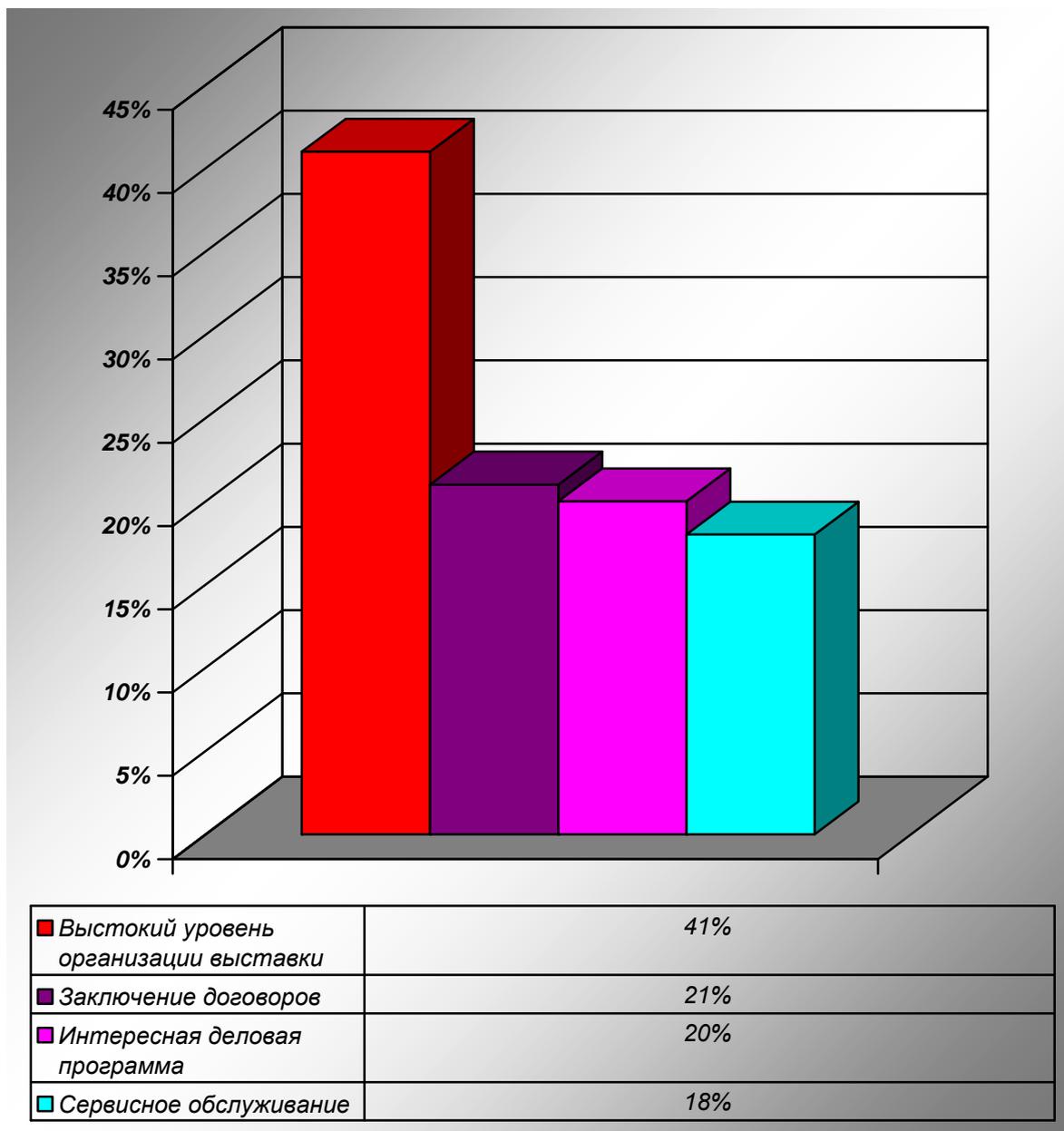
**D. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?**



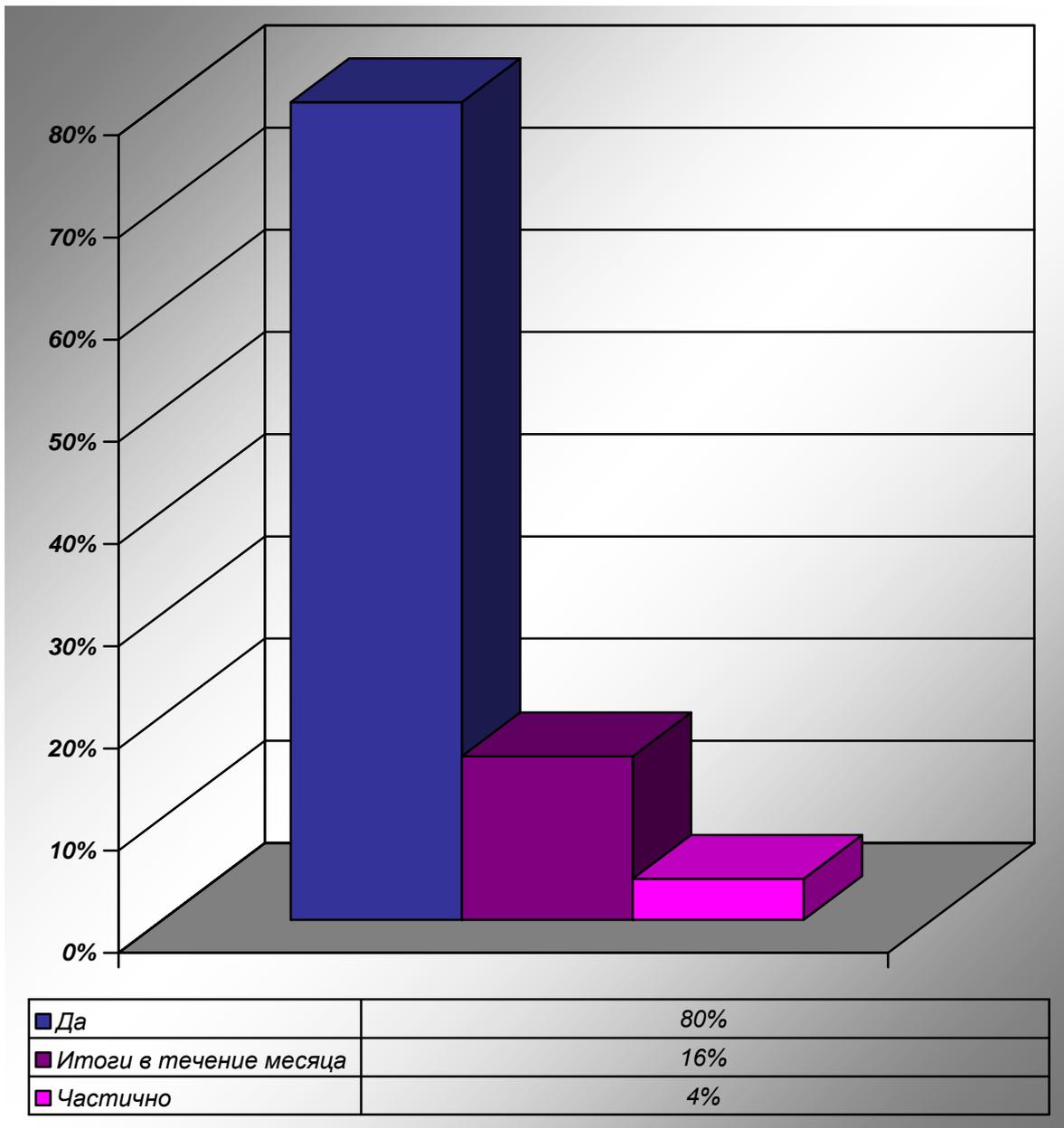
**Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?**



## Ф. Преимущества выставки

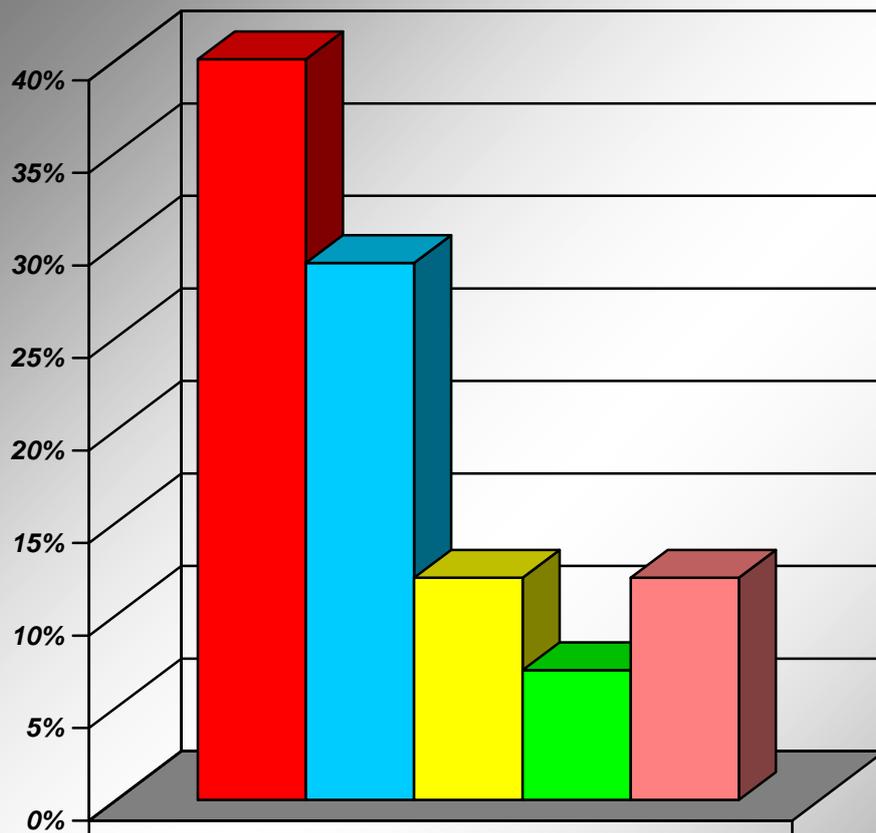


## Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?



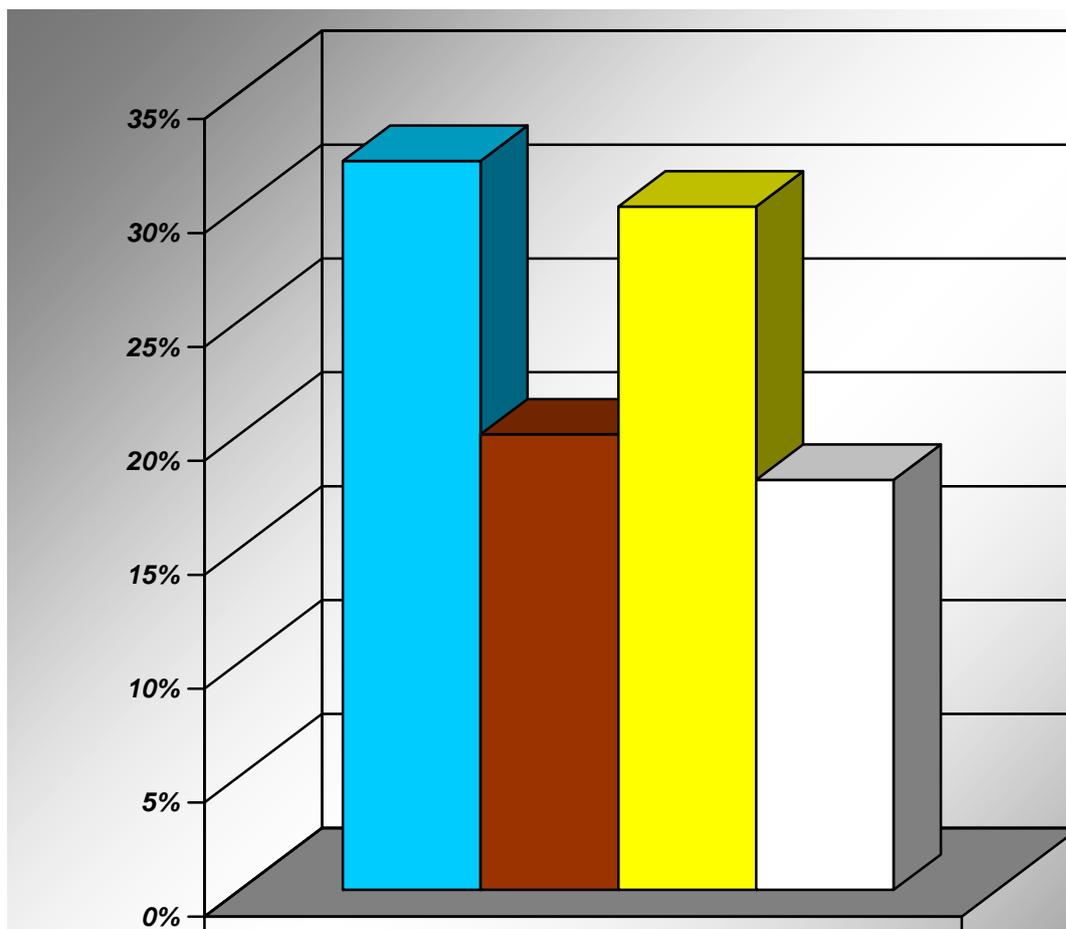
## II. ПОСЕТИТЕЛИ

### A. География посетителей



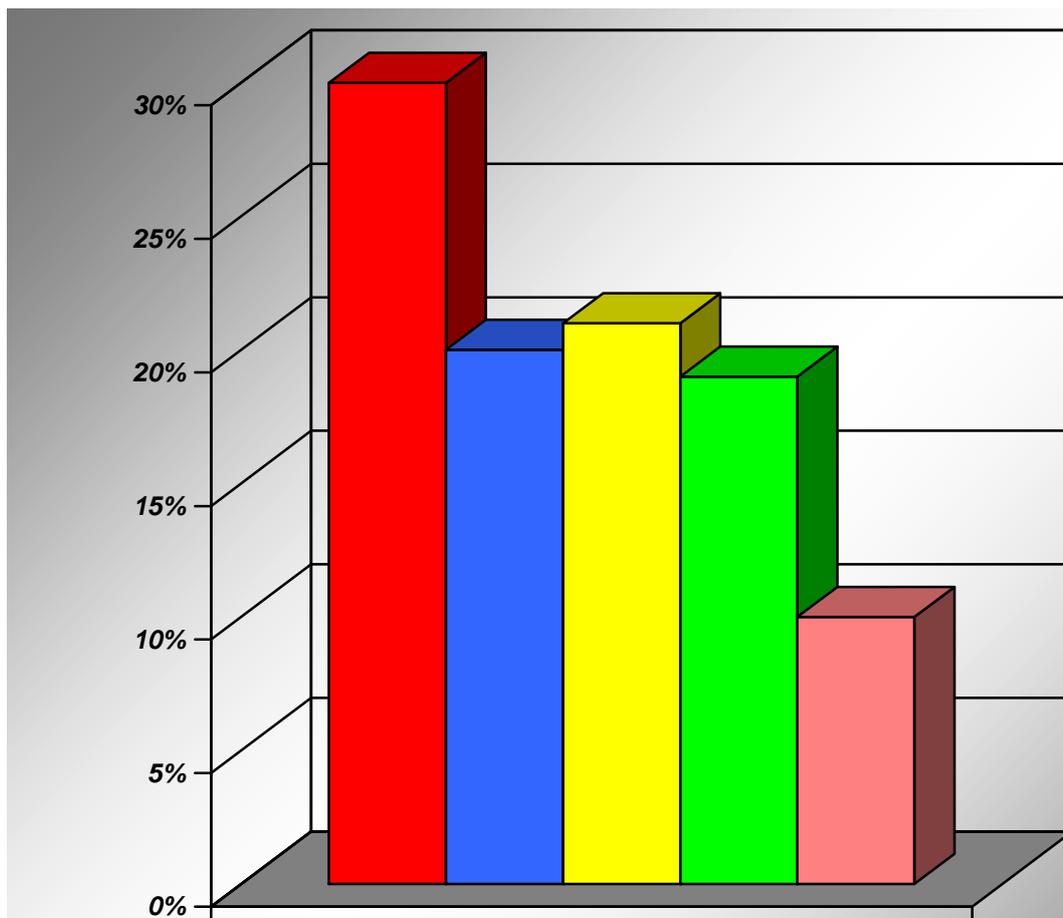
■ Южный Федеральный Округ	40%
■ Центральный Федеральный Округ	29%
■ Иностранные компании	12%
■ Сибирский Федеральный Округ	7%
■ Северо-Западный Федеральный Округ	12%

**В. Цели посещения выставки:**



<input checked="" type="checkbox"/> Заключение договоров	32%
<input checked="" type="checkbox"/> Поиск партнера по реализации продукции	20%
<input checked="" type="checkbox"/> Получить информации об отрасли	30%
<input type="checkbox"/> Посещение деловой программы	18%

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



■ Приглашение организаторов	30%
■ Интернет, радио, TV	20%
■ Наружная реклама	21%
■ Специализированные издание	19%
■ От коллег, партнеров	10%