

АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВОК

«Вино-Водка-2014», «Мир воды-2014»

В период с 11 по 13 сентября 2014 года в Гранд Отеле «Жемчужина» состоялись XXI международная выставка напитков «Вино-Водка-2014» и VIII специализированная выставка «Мир воды-2014». В выставках приняли участие 59 компаний, 1200 посетителей, из них: 40% посетителей-специалистов. Нетто 350, Брутто 700.

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

Информационный партнер

«ИНДУСТРИЯ НАПИТКОВ» журнал, Санкт-Петербург

«СПИРТНЫЕ НАПИТКИ» Журнал, Москва

«ТАРА И УПАКОВКА» журнал, Москва

RUSSIAN FOOD & DRINKS MARKET MAGAZINE журнал, Санкт-Петербург

«ПРОДУКТОВЫЙ БИЗНЕС» Журнал,

ООО «ИД «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ», Екатеринбург

«ВИННАЯ КАРТА» Газета, Москва, Россия

«РУССКАЯ ВОДКА+» международный журнал алкогольного бизнеса, Москва

БИЗНЕС ПИЩЕВЫХ ИНГРЕДИЕНТОВ, Черногородка

«ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ. PROD&PROD» журнал, Москва

ALKOGOL.COM Проект

PRODPORAL.RU, Долгопрудный

«АГРОСТРАХОВАНИЕ И КРЕДИТОВАНИЕ»

Информационно-практический журнал, Москва

ПИВНОЕ ДЕЛО международный аналитический журнал, Харьков

«UGOSTI.COM» Ресторанный портал

AQUA-MEDIA.RU Портал, Москва

AGRO.RU, Москва

ГУДС МАТРИКС, Санкт-Петербург

AGRODAY.RU, Ростов-на-Дону

FOODMARKETS LTD

«КУБАНСКИЕ ВЕДОМОСТИ», Краснодар

«КУБАНЬ» Информационное агентство», Краснодар

«На Кубани.ру» ООО, Краснодар

«ЭФКАТЕ» ОАО, Сочи

«ЗОЛОТО СОЧИ» Городской Интернет-портал, Сочи

EXROSOM.RU, Москва

ExroMap.ru, Москва

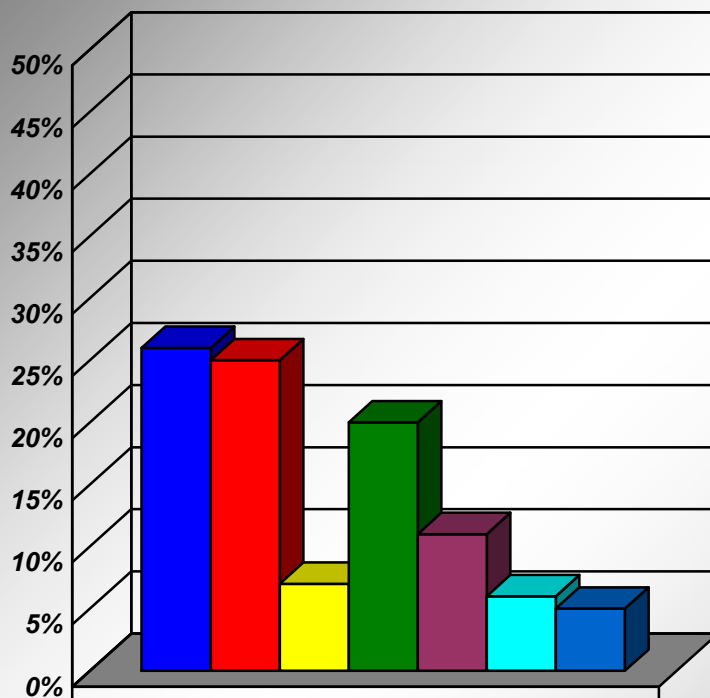
Ногеса.travel, Москва

«МАКС ПОРТАЛ», Сочи

«СВОБОДНАЯ ПРЕССА Издательский дом» ООО, Сочи

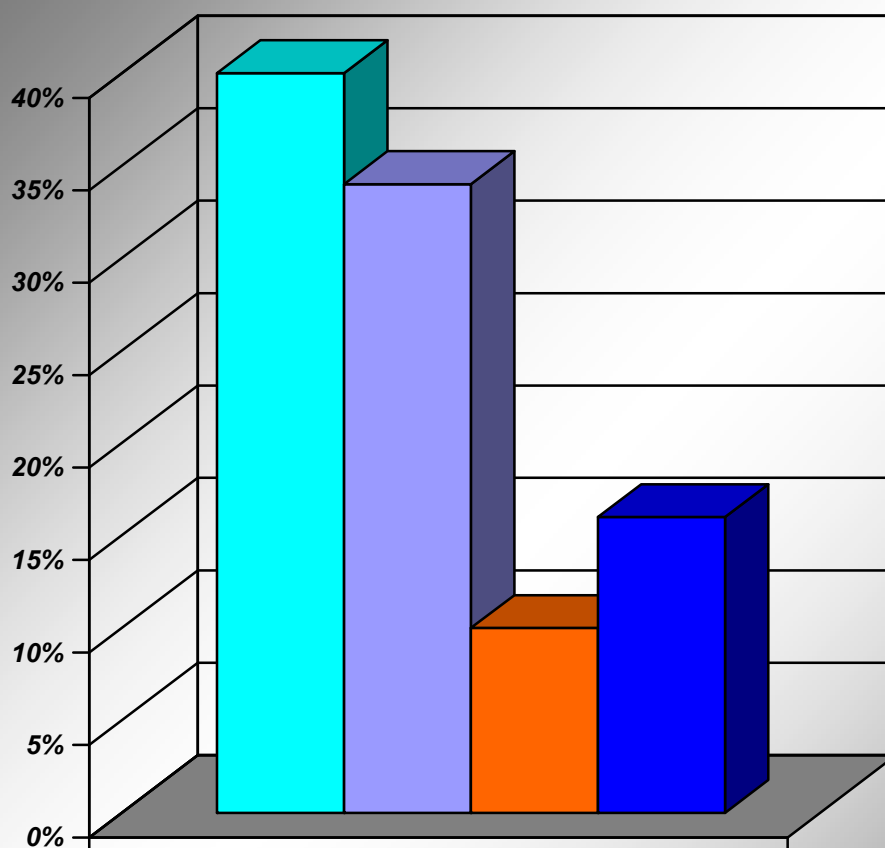
I. УЧАСТНИКИ

A. География участников



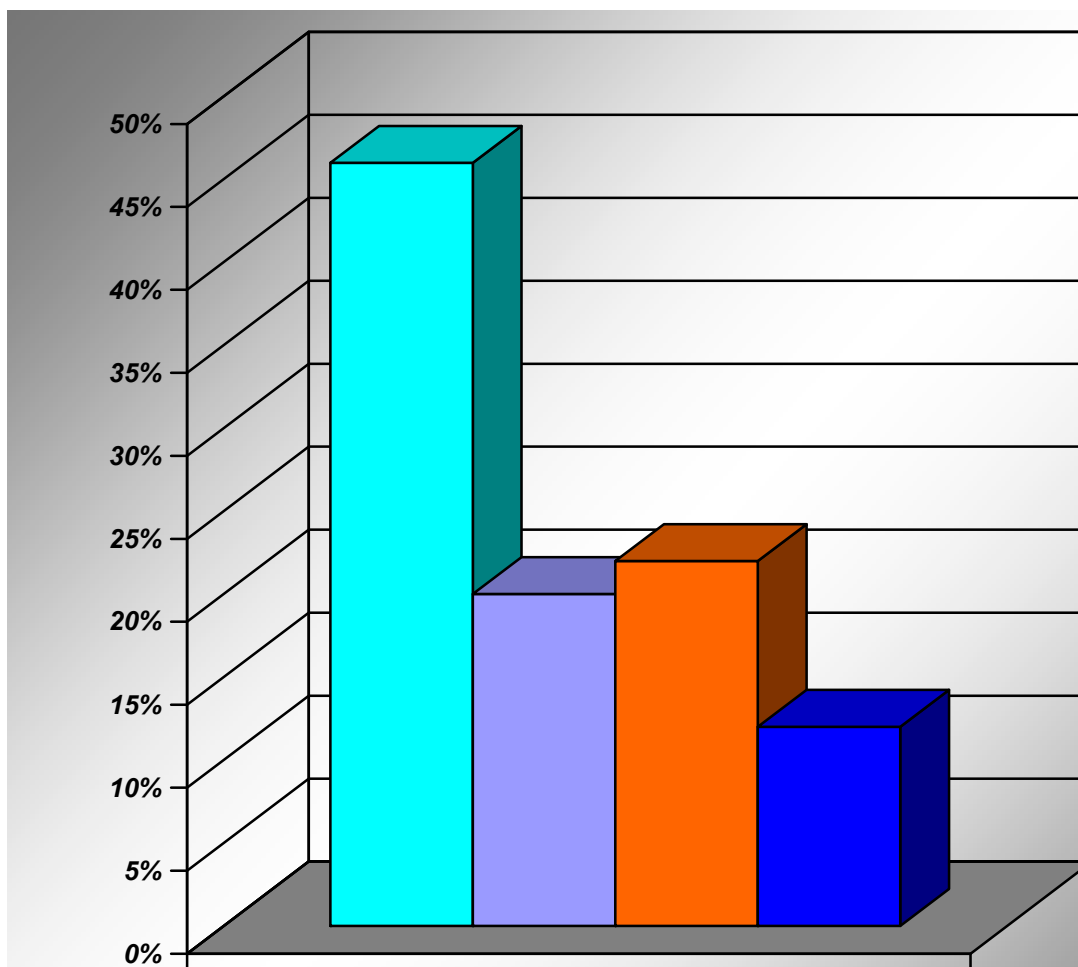
■ Южный Федеральный Округ	26%
■ Центральный Федеральный Округ	25%
■ Северо-Западный Федеральный Округ	7%
■ Иностранные компании	20%
■ Сибирский Федеральный Округ	11%
■ Уральский Федеральный Округ	6%
■ Приволжский Федеральный округ	5%

В. Цели участия:



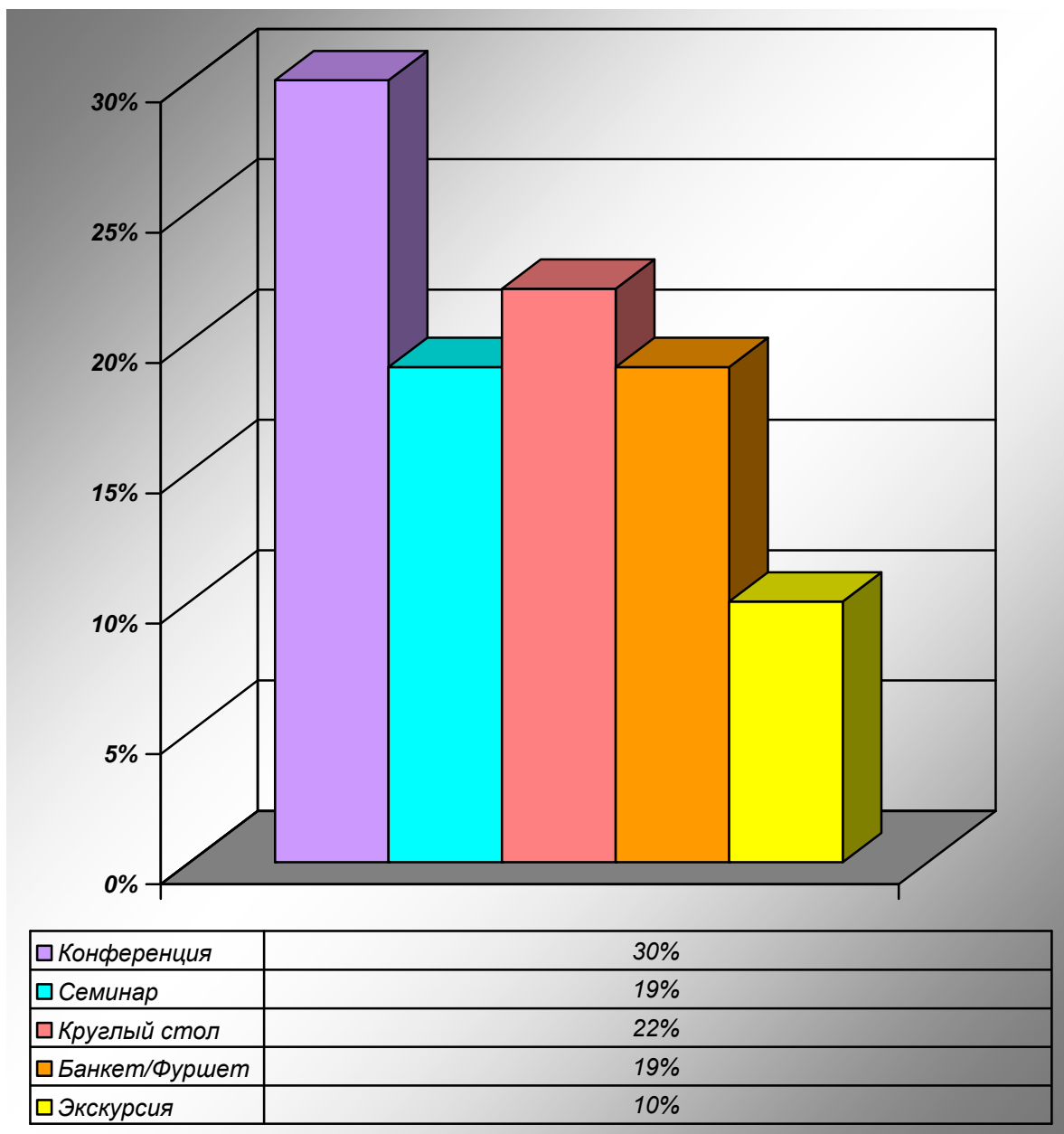
■ Привлечение новых клиентов	40%
■ Расширение рынков сбыта	34%
■ Сравнить предложение конкурентов	10%
■ Ознакомление с новыми тенденциями пивной отрасли	16%

С. Источники, из которых узнали о выставке:

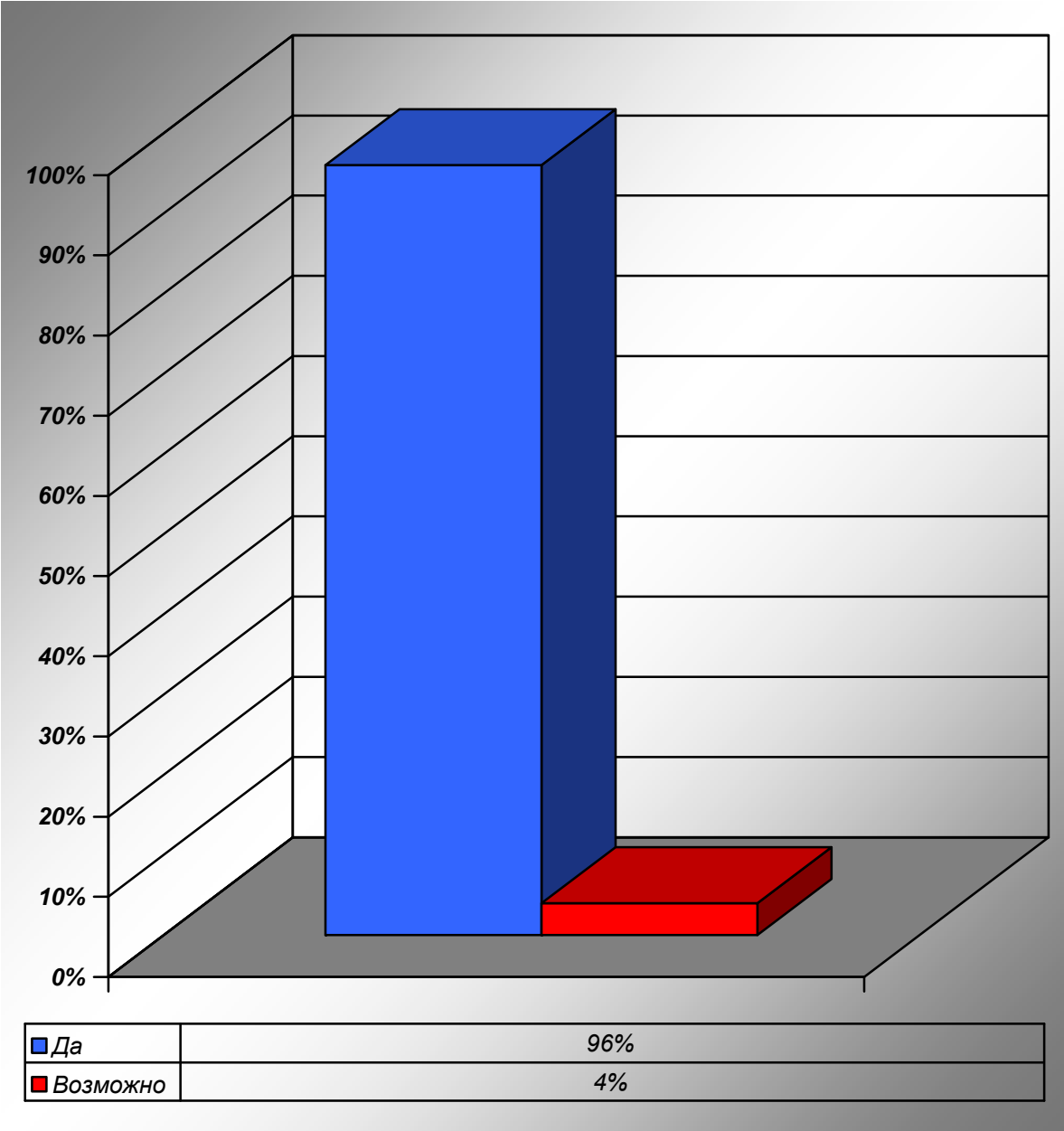


■ Приглашение организаторов	46%
■ Интернет, ТВ, радио, индивидуальная рассылка	20%
■ Постоянные участники	22%
■ Наружная реклама	12%

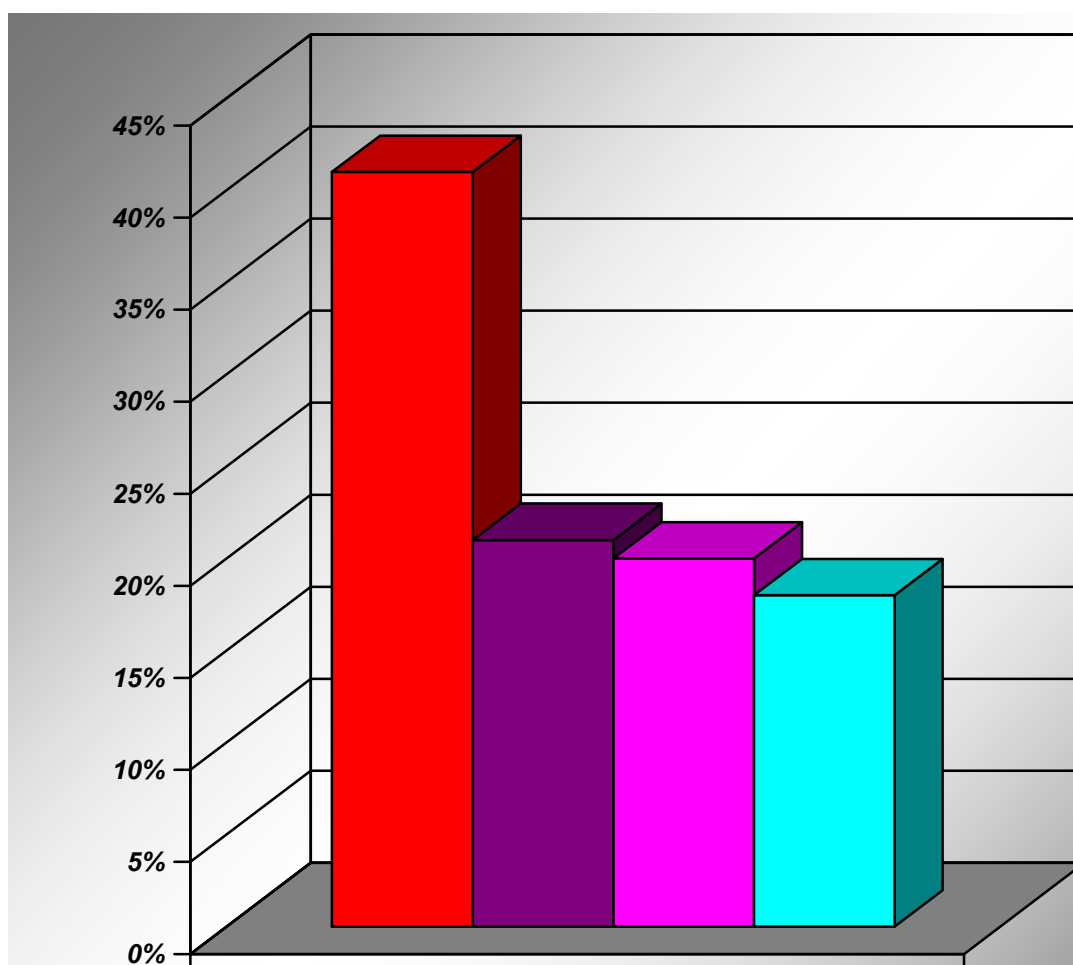
Д. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?



Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?

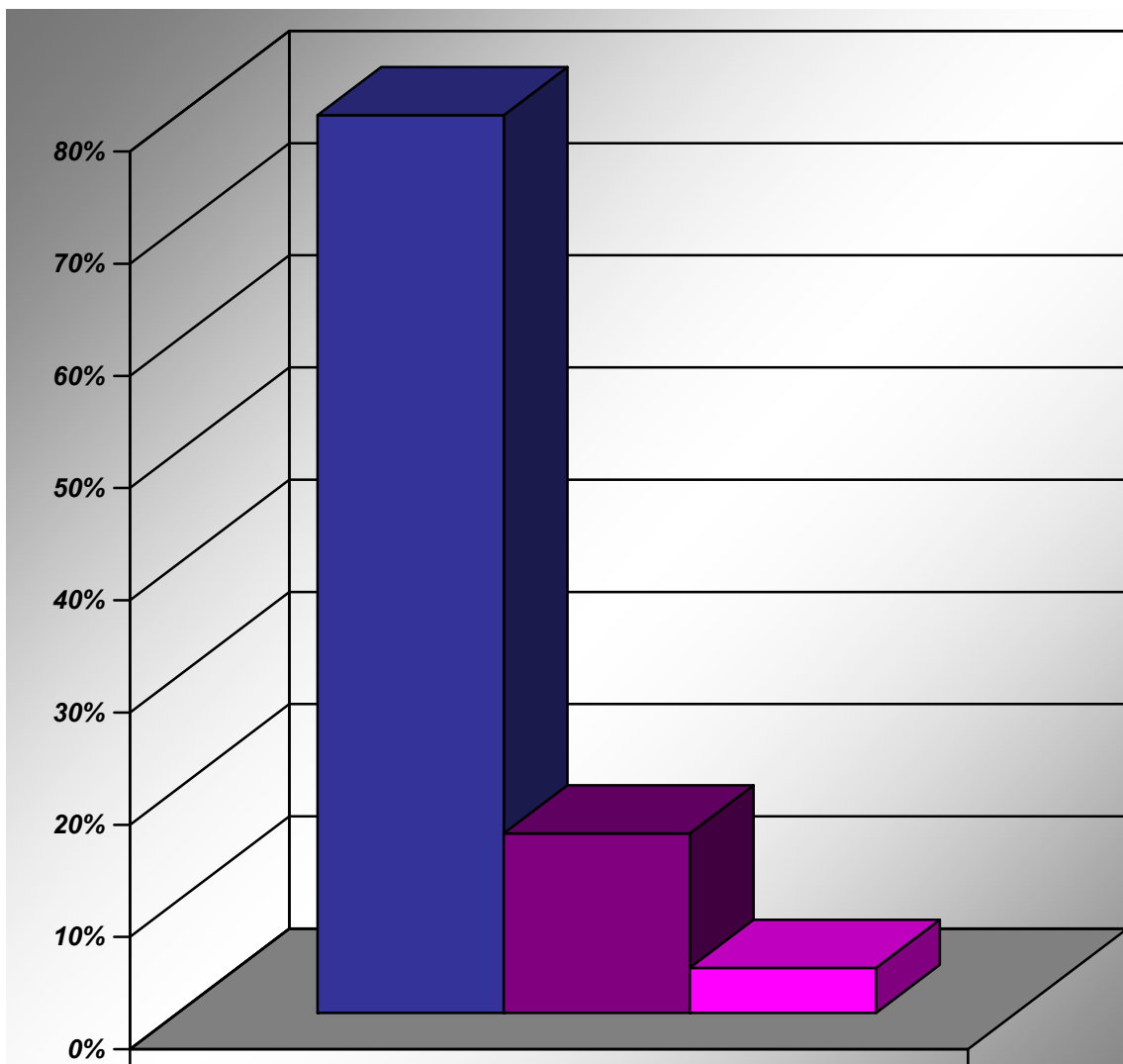


Г. Преимущества выставки



■ <i>Высокий уровень организации выставки</i>	41%
■ <i>Заключение договоров</i>	21%
■ <i>Интересная деловая программа</i>	20%
■ <i>Сервисное обслуживание</i>	18%

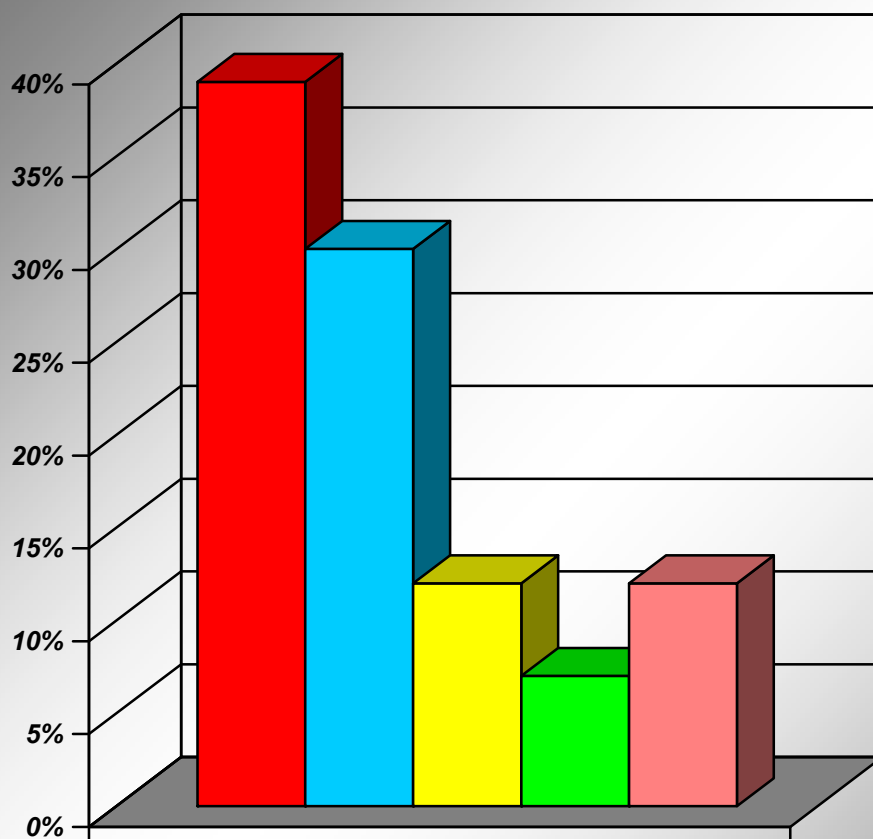
Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?



■ Да	80%
■ Итоги в течение месяца	16%
■ Частично	4%

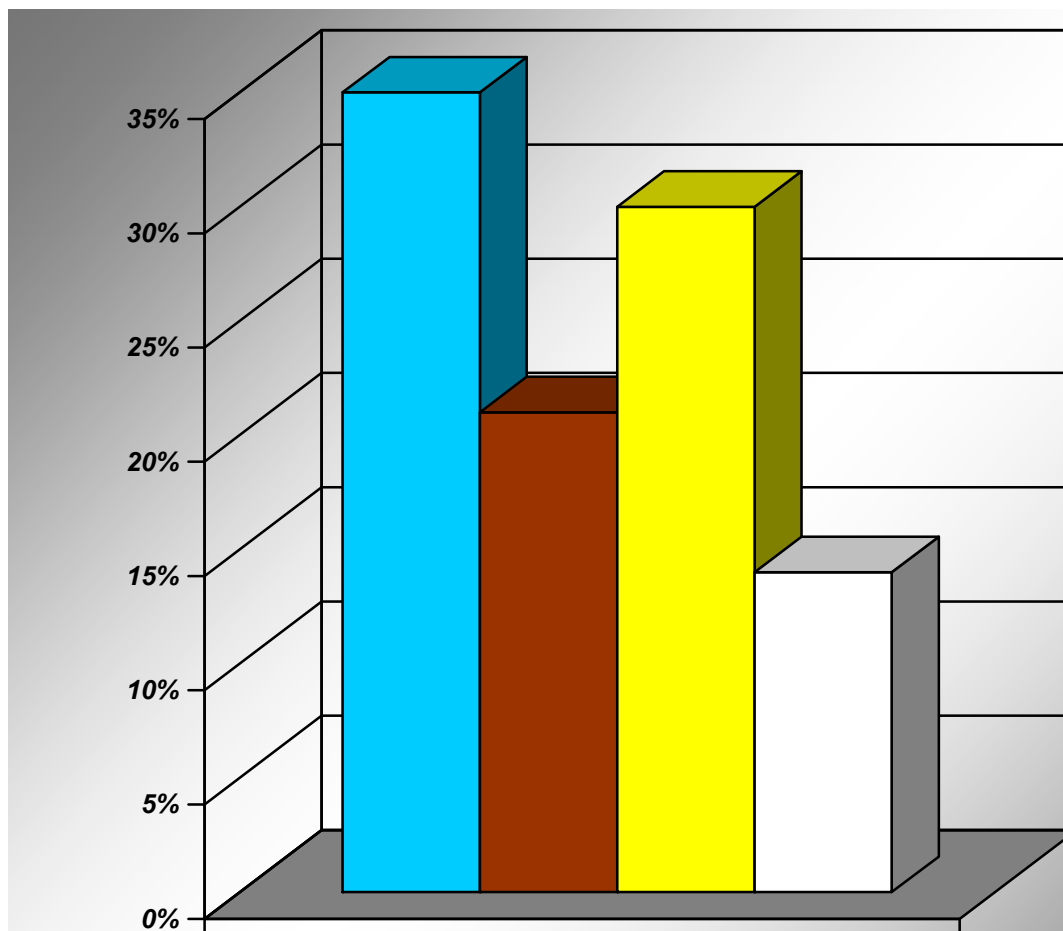
II. ПОСЕТИТЕЛИ

A. География посетителей



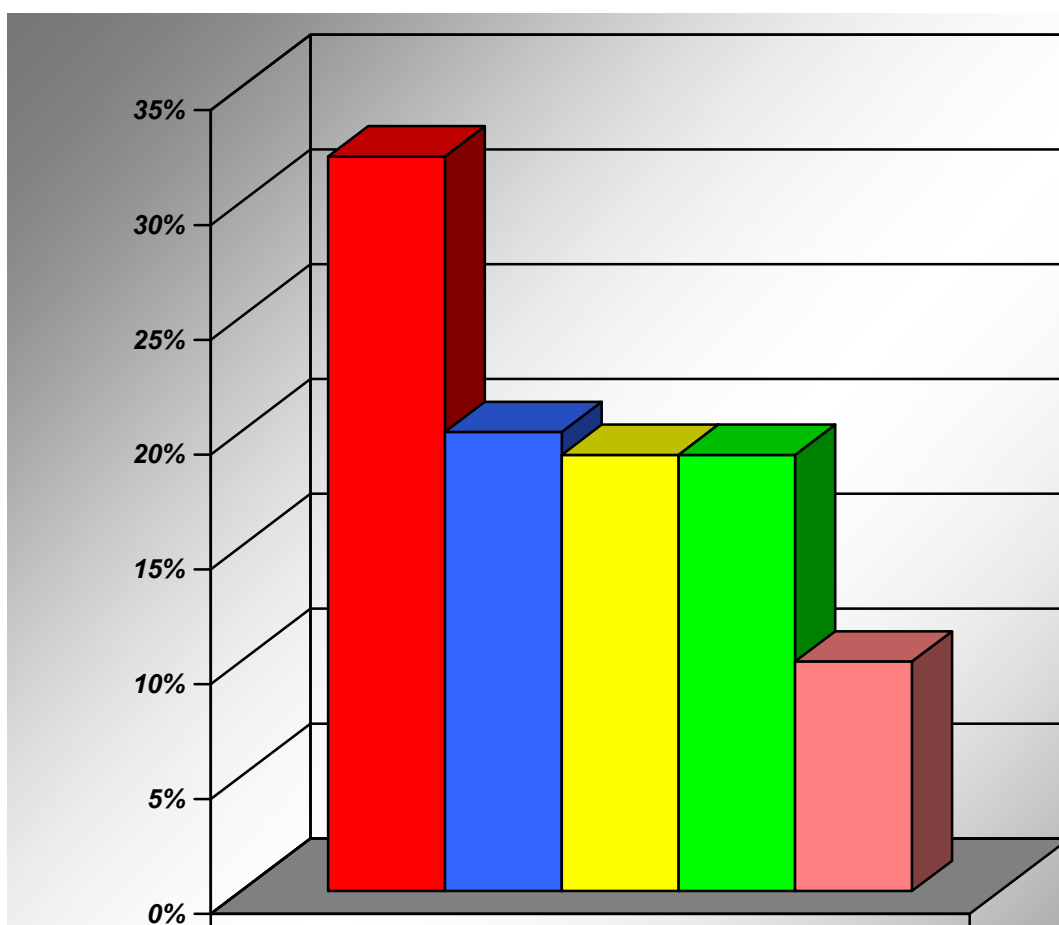
■ Южный Федеральный Округ	39%
■ Центральный Федеральный Округ	30%
■ Иностранные компании	12%
■ Сибирский Федеральный Округ	7%
■ Северо-Западный Федеральный Округ	12%

В. Цели посещения выставки:



<input checked="" type="checkbox"/> Заключение договоров	35%
<input checked="" type="checkbox"/> Поиск партнера по реализации продукции	21%
<input checked="" type="checkbox"/> Получить информации об отрасли	30%
<input type="checkbox"/> Посещение деловой программы	14%

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



■ Приглашение организаторов	32%
■ Интернет, радио, TV	20%
■ Наружная реклама	19%
■ Специализированные издания	19%
■ От коллег, партнеров	10%