



АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ

«ПИВО-2014»

В период с 21 по 24 мая 2014 года в гранд отеле «Жемчужина» была проведена XXIII международная выставка «ПИВО-2014». В выставке приняли участие 170 компаний, 6200 посетителей, из них: 27% посетителей-специалистов. Нетто 1300, брутто 2200.

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

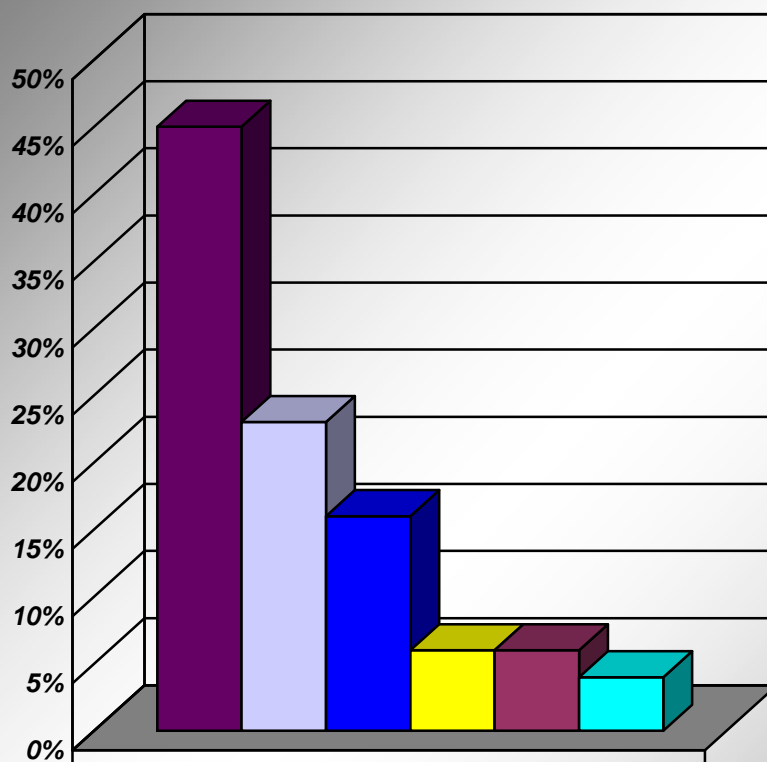
Официальный партнер
СОЮЗ РОССИЙСКИХ ПИВОВАРОВ, Москва

Информационный партнер
AGRODAY.RU, Ростов-на-Дону
AGRO.RU, Москва
AQUA-MEDIA.RU Портал, Москва
«АГРОСТРАХОВАНИЕ И КРЕДИТОВАНИЕ» Информационно-практический журнал, Москва
ALKOGOL.COM Проект
БИЗНЕС ПИЩЕВЫХ ИНГРЕДИЕНТОВ, Черноголовка
ГУДС МАТРИКС, Санкт-Петербург
FOODMARKETS LTD
«СВОБОДНАЯ ПРЕССА Издательский дом» ООО, Сочи
PRODPORTAL.RU, Долгопрудный
«ИНДУСТРИЯ НАПИТКОВ» журнал, Санкт-Петербург
InfoDrink, Москва
OBORUD.INFO - портал оборудования, Москва
ПИВНОЕ ДЕЛО международный аналитический журнал, Харьков
RUSSIAN FOOD & DRINKS MARKET MAGAZINE журнал, Санкт-Петербург
«UGOSTI.COM» Ресторанный портал
«КУБАНСКИЕ ВЕДОМОСТИ», Краснодар
«КУБАНЬ СЕГОДНЯ» ЗАО, Краснодар
«КУБАНЬ» Информационное агентство», Краснодар
«На Кубани.ру» ООО, Краснодар
«ЭФКАТЕ» ОАО, Сочи

«ЗОЛОТО СОЧИ» Городской Интернет-портал, Сочи
Ногеса.travel, Москва
ЕХРОСОМ.RU, Москва
Allfairs.ru, Москва
ЕхроМар.ru, Москва
«МАКС ПОРТАЛ», Сочи

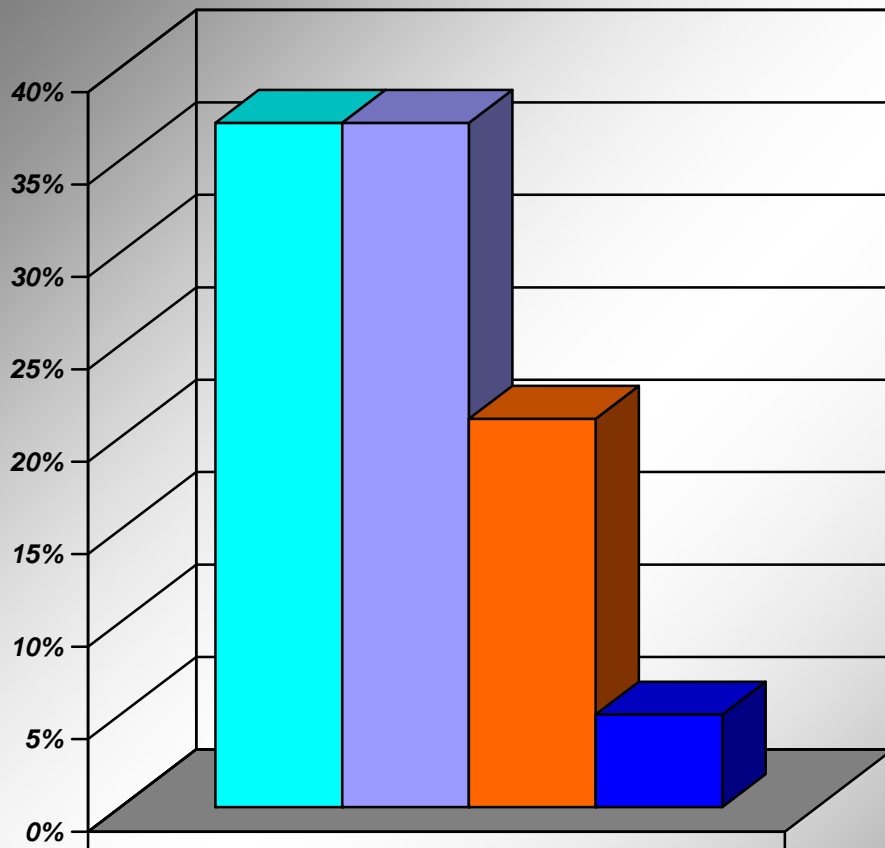
I. УЧАСТНИКИ

А. География участников



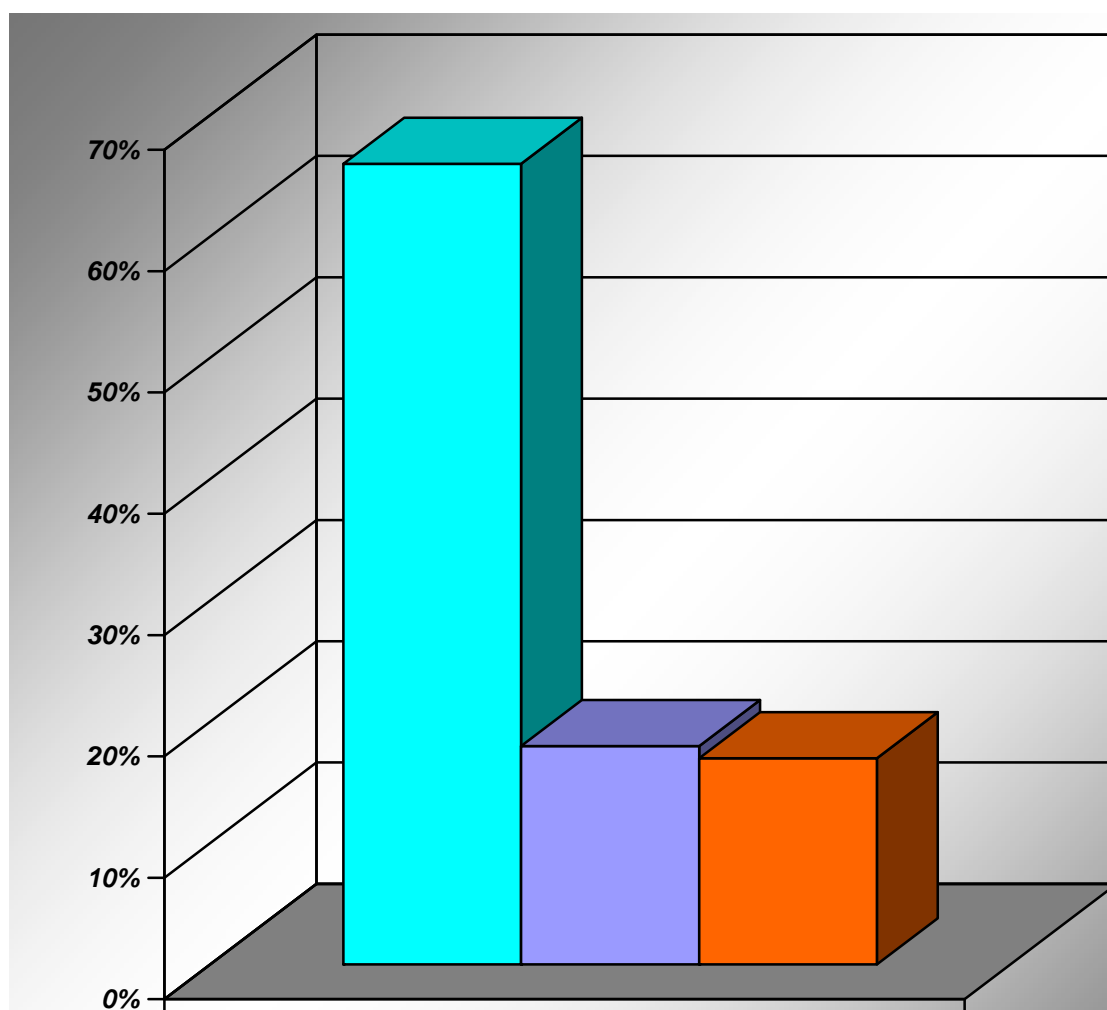
■ Центральный Федеральный Округ	45%
□ Иностранные компании	23%
■ Южный Федеральный Округ	16%
■ Северо-Западный Федеральный Округ	6%
■ Приволжский Федеральный округ	6%
■ Уральский Федеральный Округ	4%

В. Цели участия:



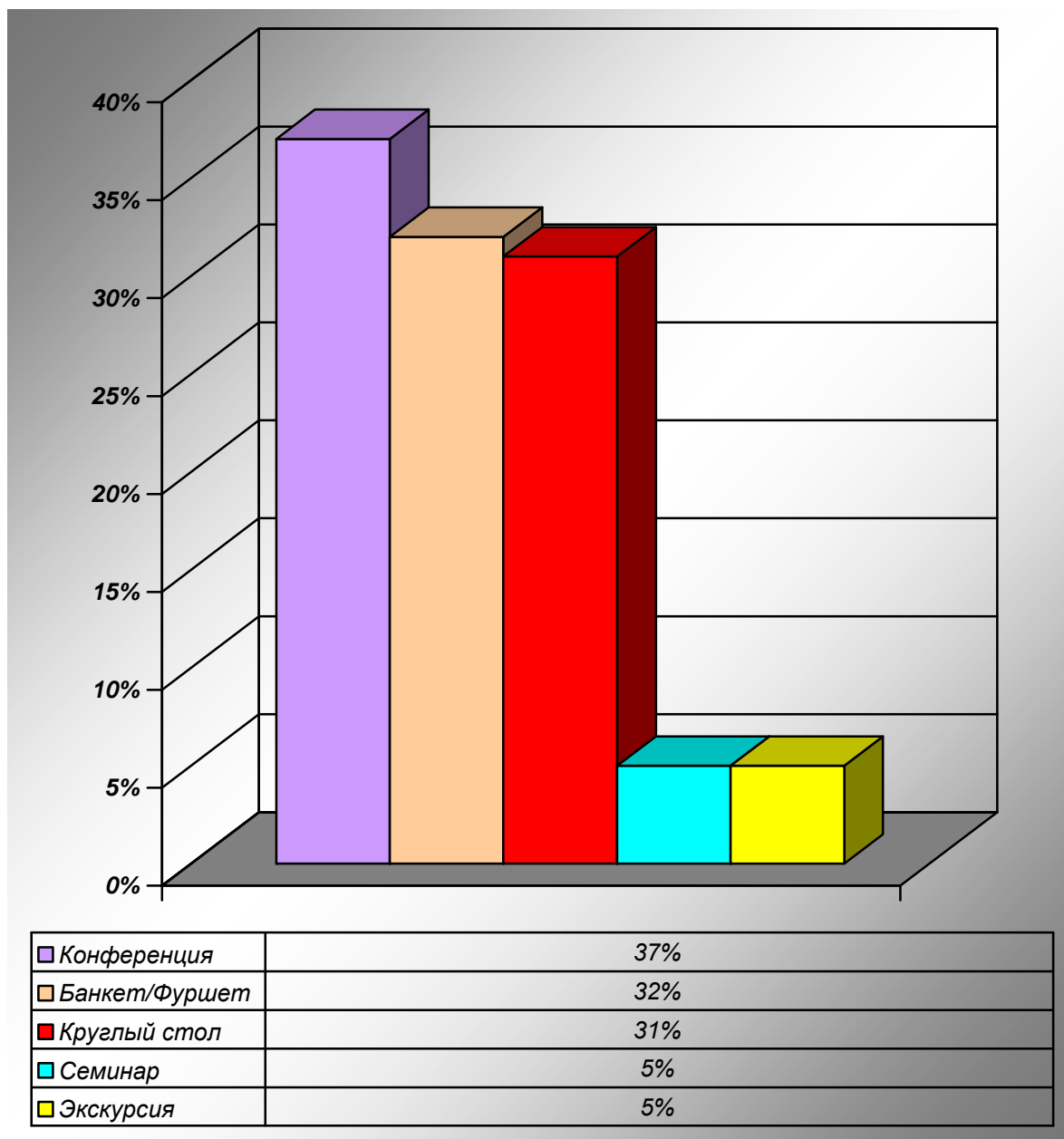
■ Привлечение новых клиентов	37%
■ Расширение рынков сбыта	37%
■ Ознакомление с новыми тенденциями пивной отрасли	21%
■ Сравнить предложение конкурентов	5%

С. Источники, из которых узнали о выставке:

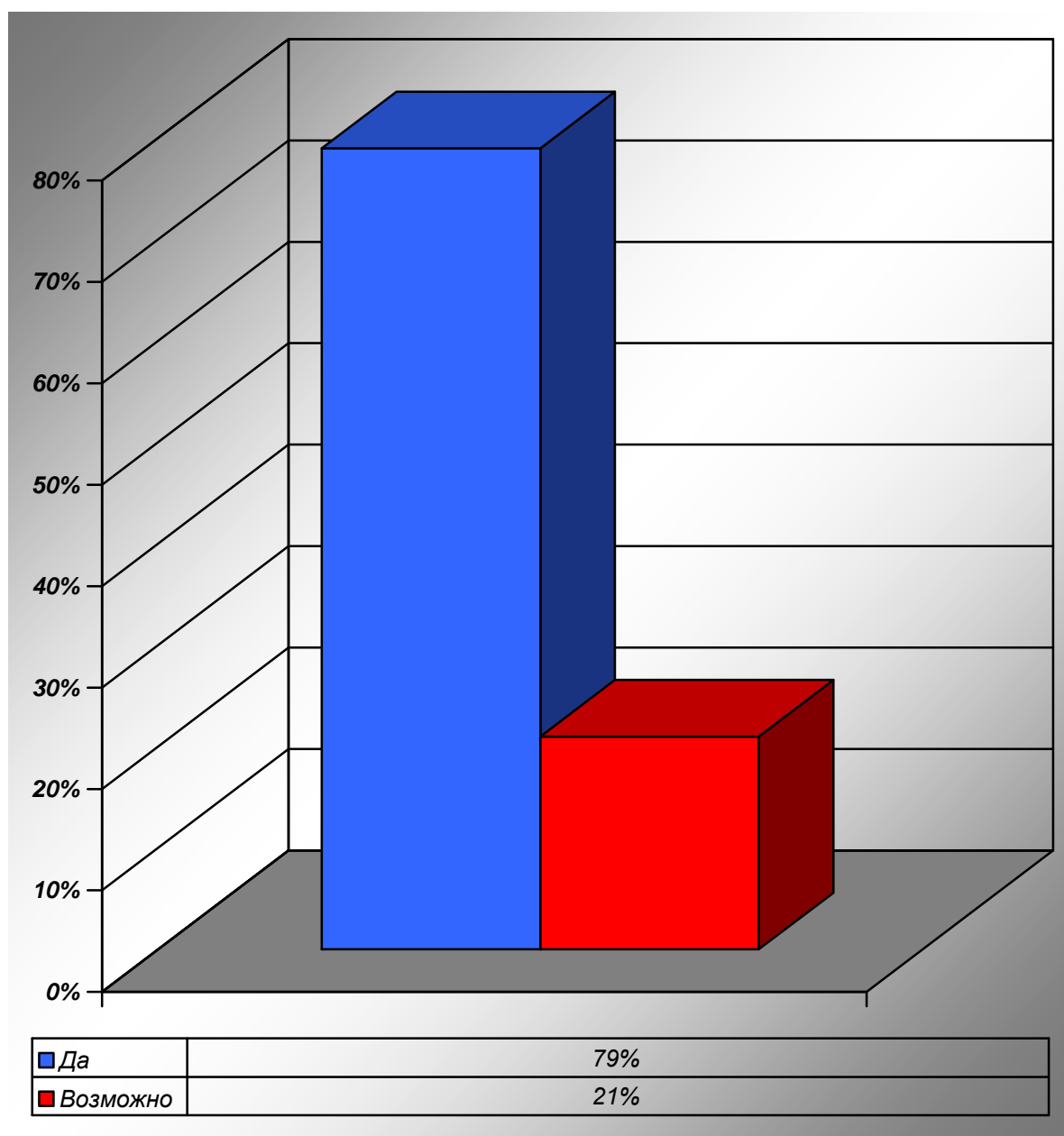


■ Приглашение организаторов	66%
■ Интернет, ТВ, радио, индивидуальная рассылка	18%
■ Постоянные участники	17%

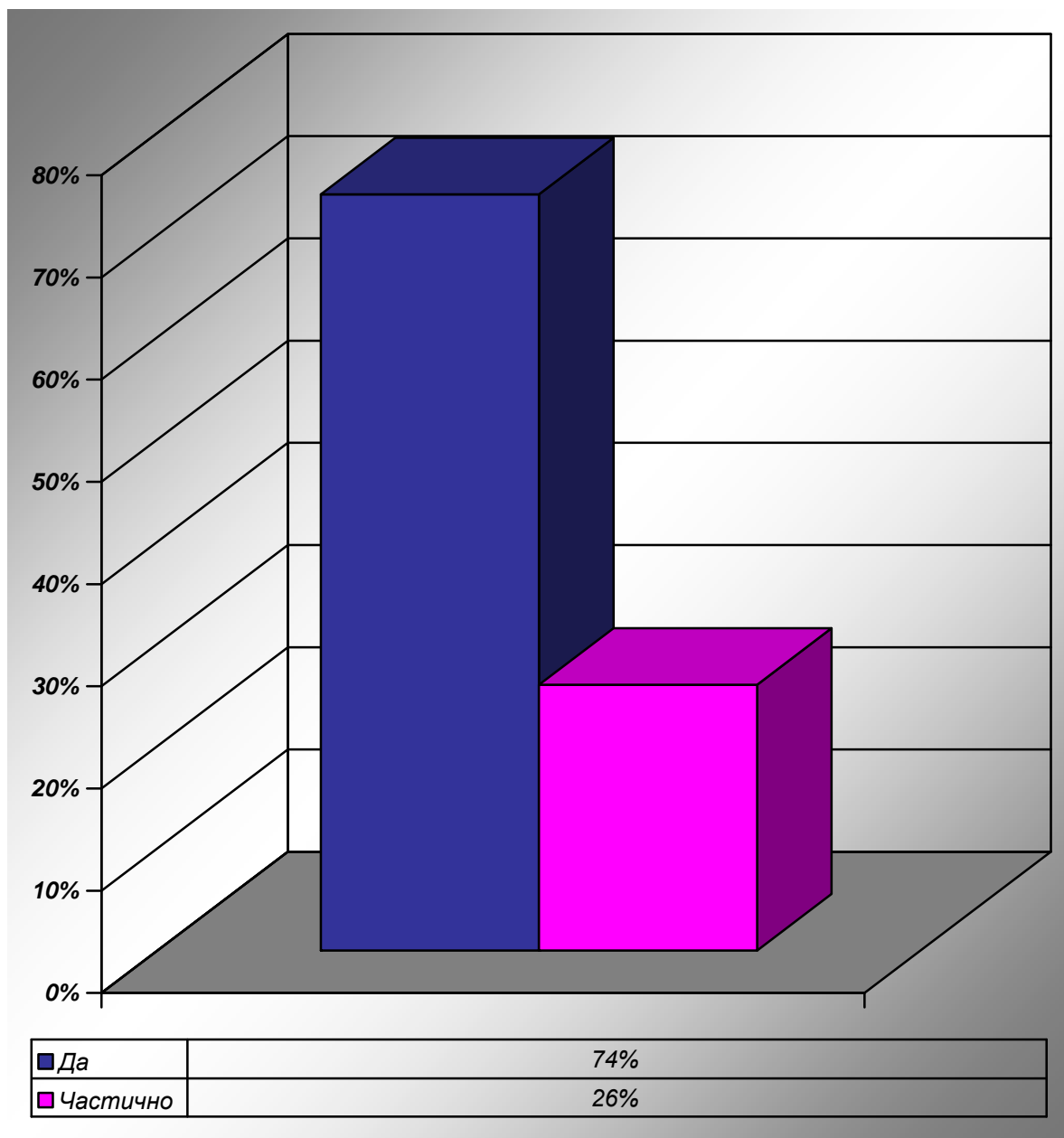
D. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?



Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?

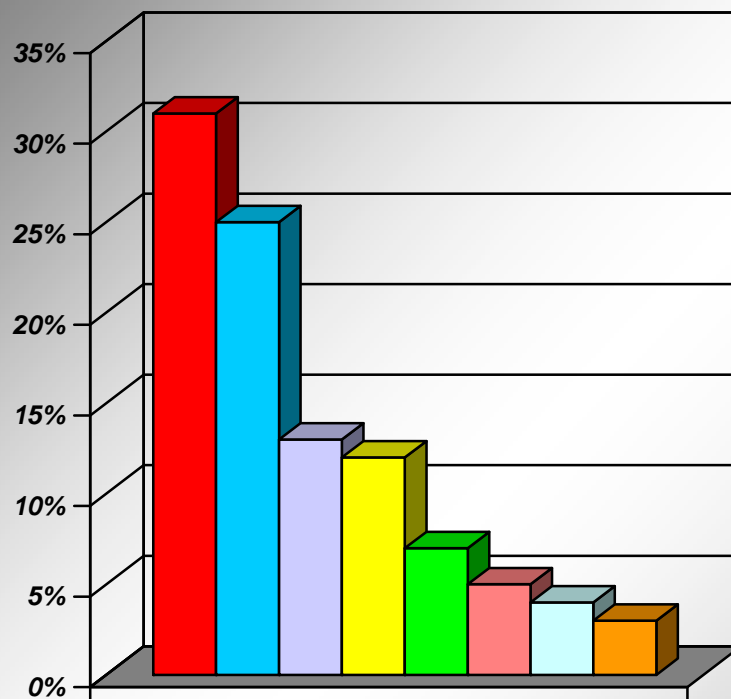


Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?



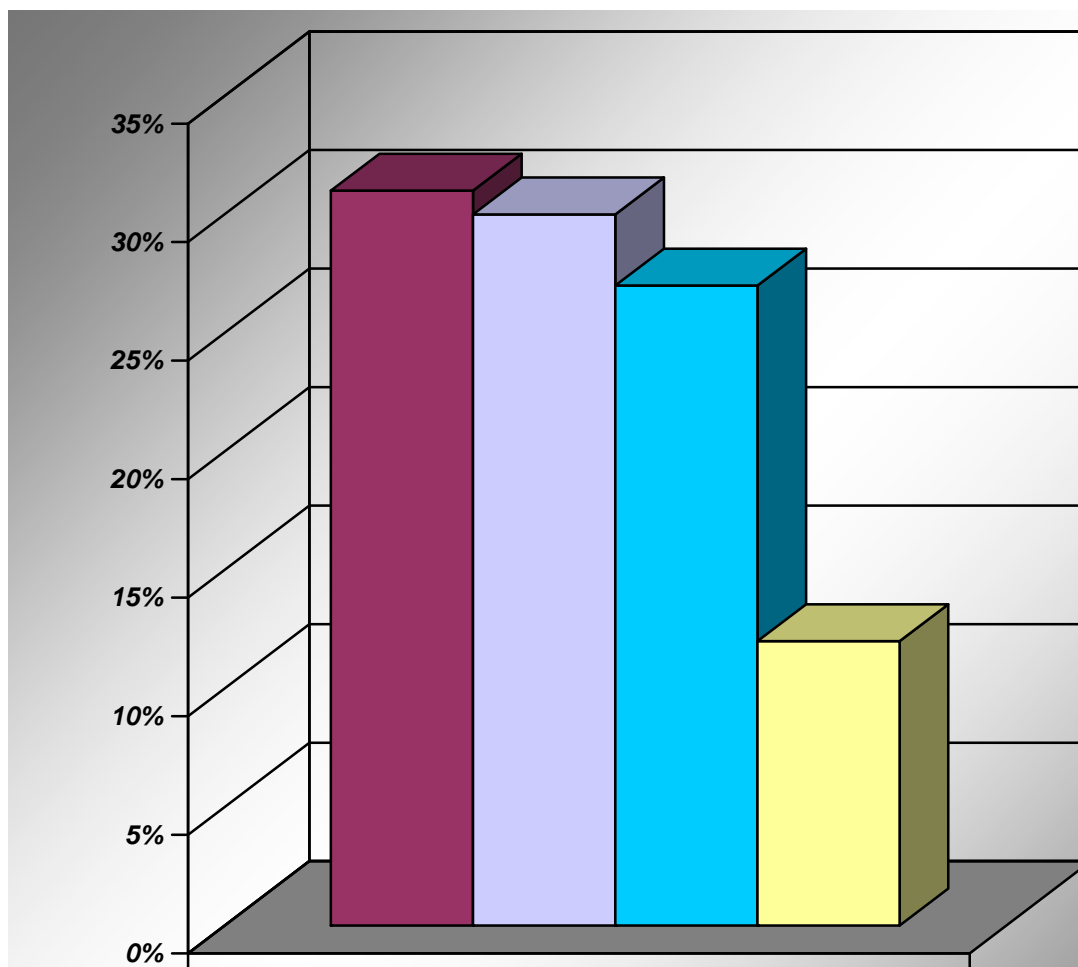
II. ПОСЕТИТЕЛИ

А. География посетителей



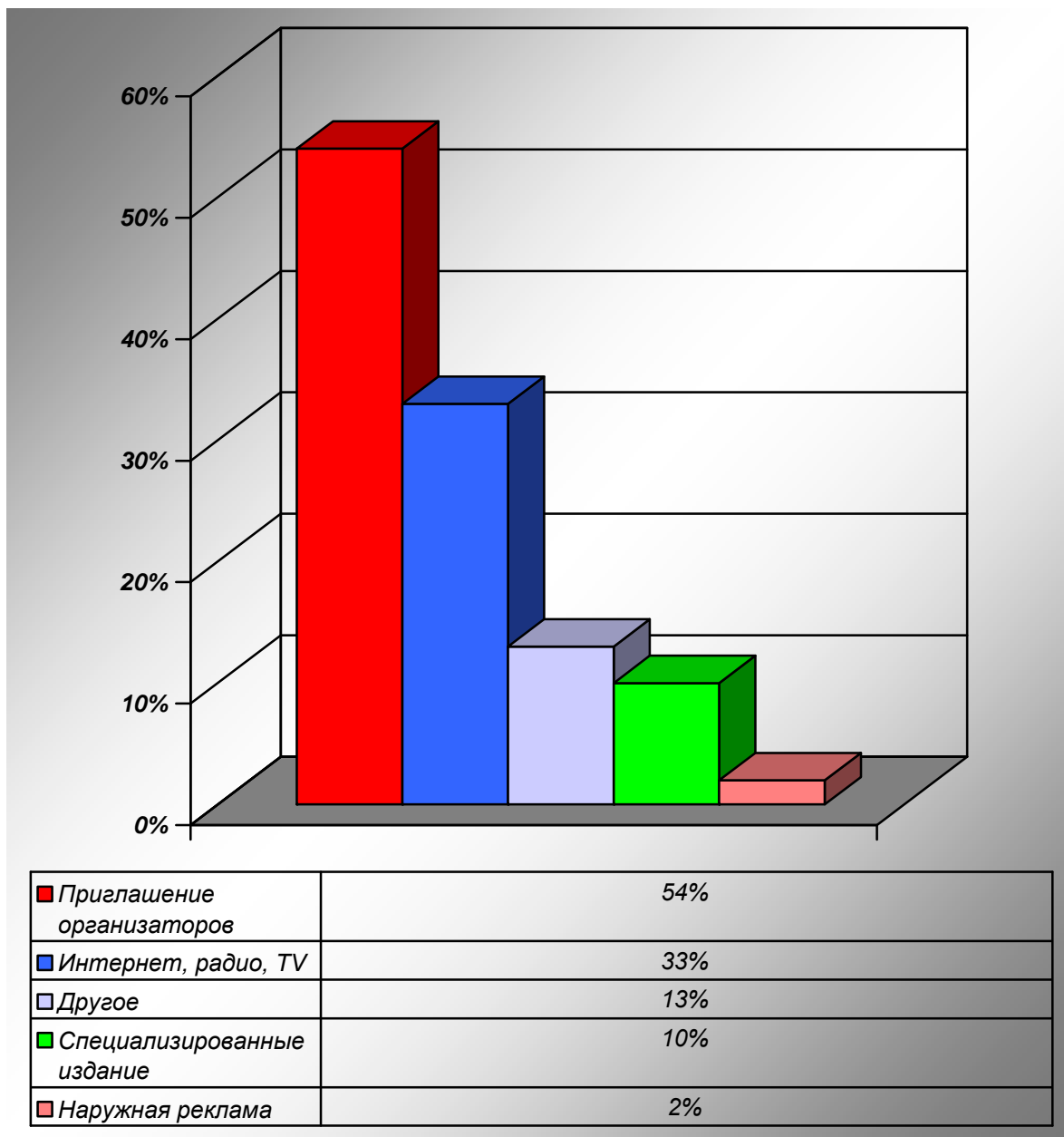
■ Южный Федеральный Округ	31%
■ Центральный Федеральный Округ	25%
■ Северо-Западный Федеральный Округ	13%
■ Приволжский Федеральный Округ	12%
■ Иностранные	7%
■ Северо-Кавказский Федеральный Округ	5%
■ Уральский Федеральный Округ	4%

В. Цели посещения выставки:

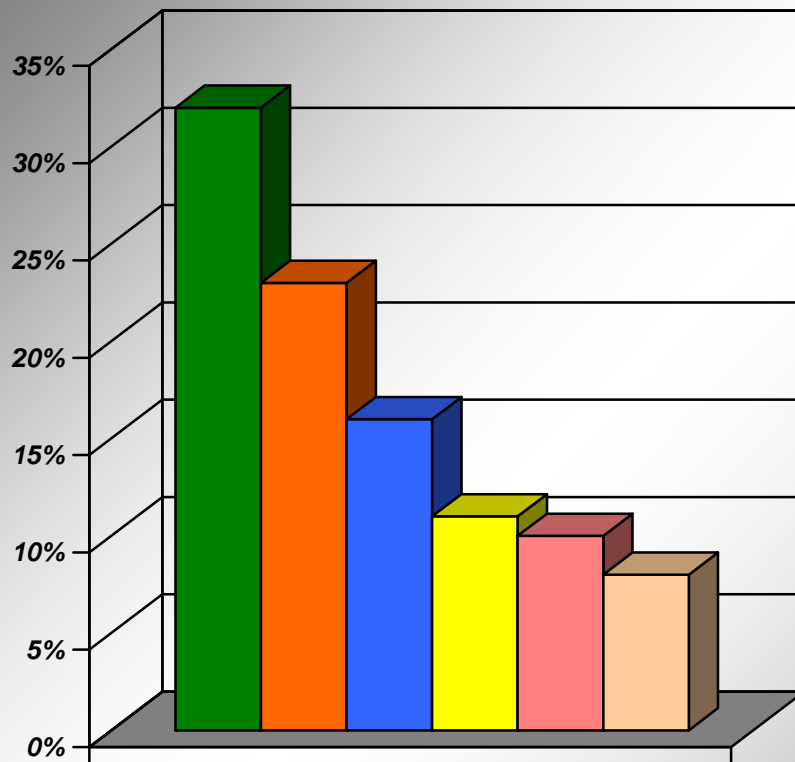


■ Поиск деловых партнёров	31%
■ Получить информации об отрасли	30%
■ Заключение договоров	27%
■ Посещение деловой программы	12%

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



D. На выставке интересовало:



■ Производители пива	32%
■ Оборудование, сырьё	23%
■ Тара, бутылка, упаковка, этикетка	16%
■ Моющие и дезинфицирующие средства	11%
■ Производители безалкогольных напитков	10%
■ Специализированные издания	8%