

## **АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВОК «Кубань-2014» и «Рождественский базар-2014»**

**В период с 18 по 21 декабря в Гранд Отеле «Жемчужина» состоялись Оптово-розничная выставка-ярмарка всех видов продовольственных товаров и сырья для их производства «Кубань-2014» и выставка-ярмарка «Рождественский Базар-2014».**

**В выставках приняли участие 93 компании, 5025 посетителей, из них: - 6% посетителей-специалистов. Нетто-1200; Брутто-2400.**

**При поддержке:**

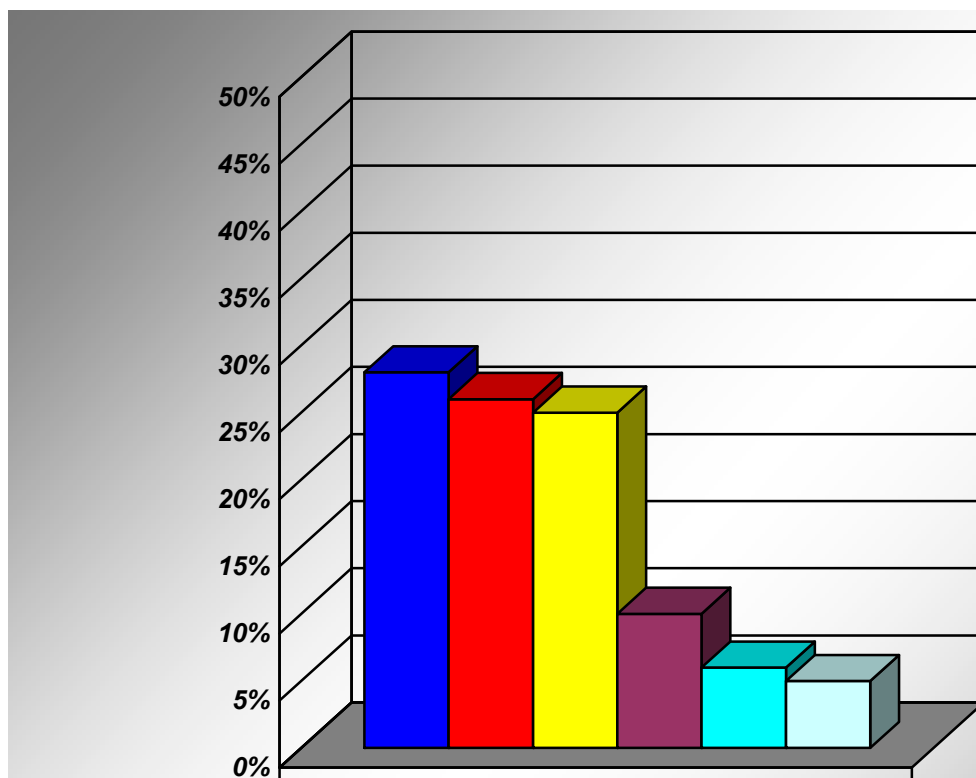
- Торгово-промышленной палаты Краснодарского края;
- Торгово-промышленной палаты г. Сочи.

### **Информационная поддержка выставки:**

- AGRO.RU, Москва
- Agro-sputnik.ru
- Agroday.ru, Ростов-на-Дону
- «АГРОСТРАХОВАНИЕ И КРЕДИТОВАНИЕ» Информационно-практический журнал, Москва
- AQUA-MEDIA.RU Портал, Москва
- «FruitNews» Информационное агентство, Москва
- FOODMARKETS LTD
- GOODS MATRIX, Санкт-Петербург
- Jlevel – ювелирный и антикварный портал, Москва
- PRODPORAL.RU, Долгопрудный
- «ТЕЛЕСЕМЬ» 2 в 1: журнал и телегид, (ООО «ИнтерМедиаГруп Сочи»), Сочи
- «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
- Noreca.travel, Москва
- EXPOCOM.RU, Москва
- ExpoMap.ru, Москва
- «МАКС ПОРТАЛ», Сочи
- «СВОБОДНАЯ ПРЕССА Издательский дом» ООО, Сочи
- SOCHI4LIVE, Сочи

# I. УЧАСТНИКИ

## A. География участников



■ Иностранные компании	28%
■ Центральный Федеральный Округ	26%
■ Южный Федеральный Округ	25%
■ Северо-Западный Федеральный Округ	10%
■ Уральский Федеральный Округ	6%
■ Приволжский Федеральный Округ	5%

**Южный Федеральный Округ – 49%**

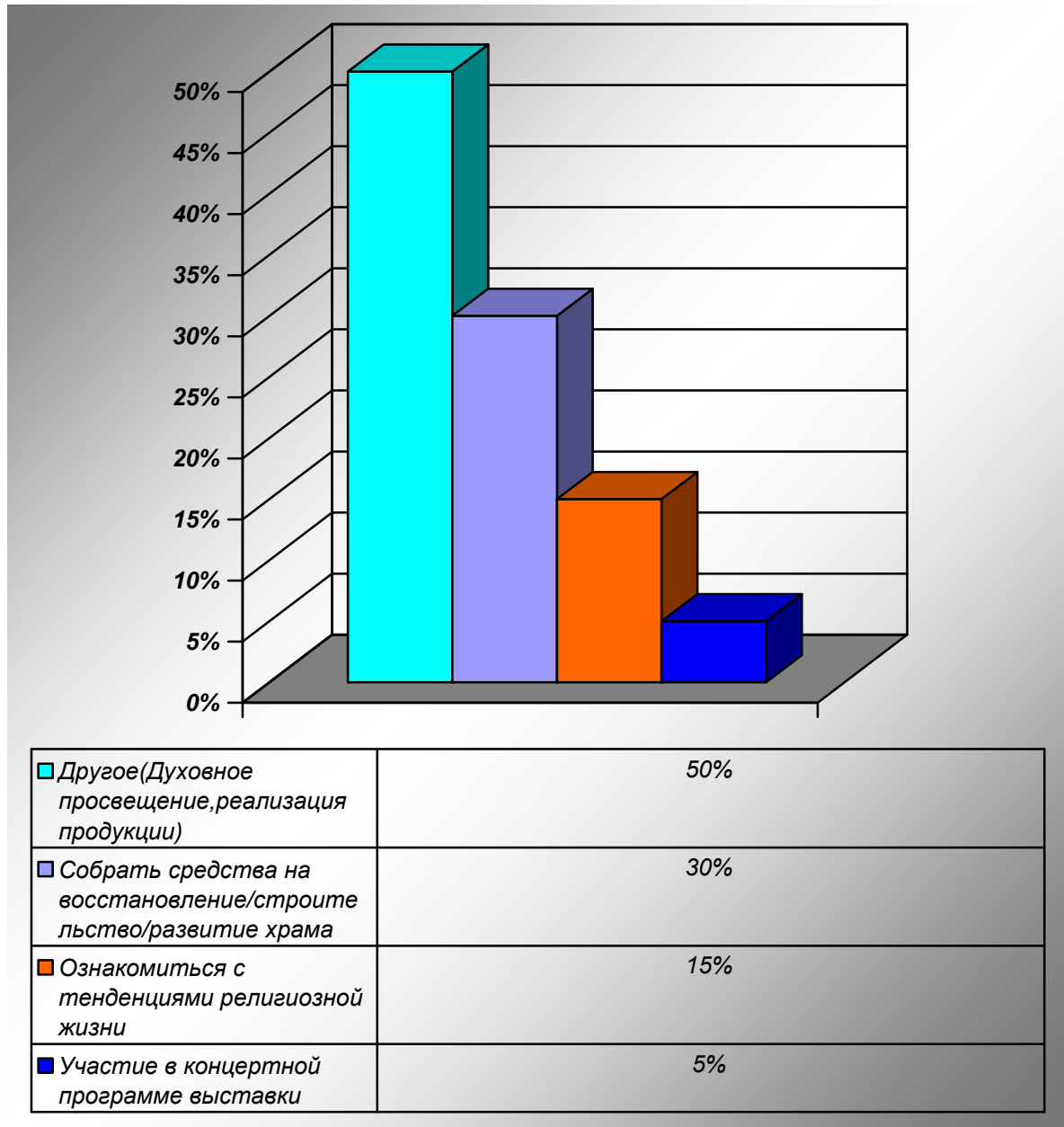
**Центральный Федеральный Округ – 23%**

**Северо-Западный Федеральный округ – 14%**

**Дальневосточный Федеральный Округ – 10%**

**Сибирский Федеральный Округ – 4%**

**В. Цели участия:**



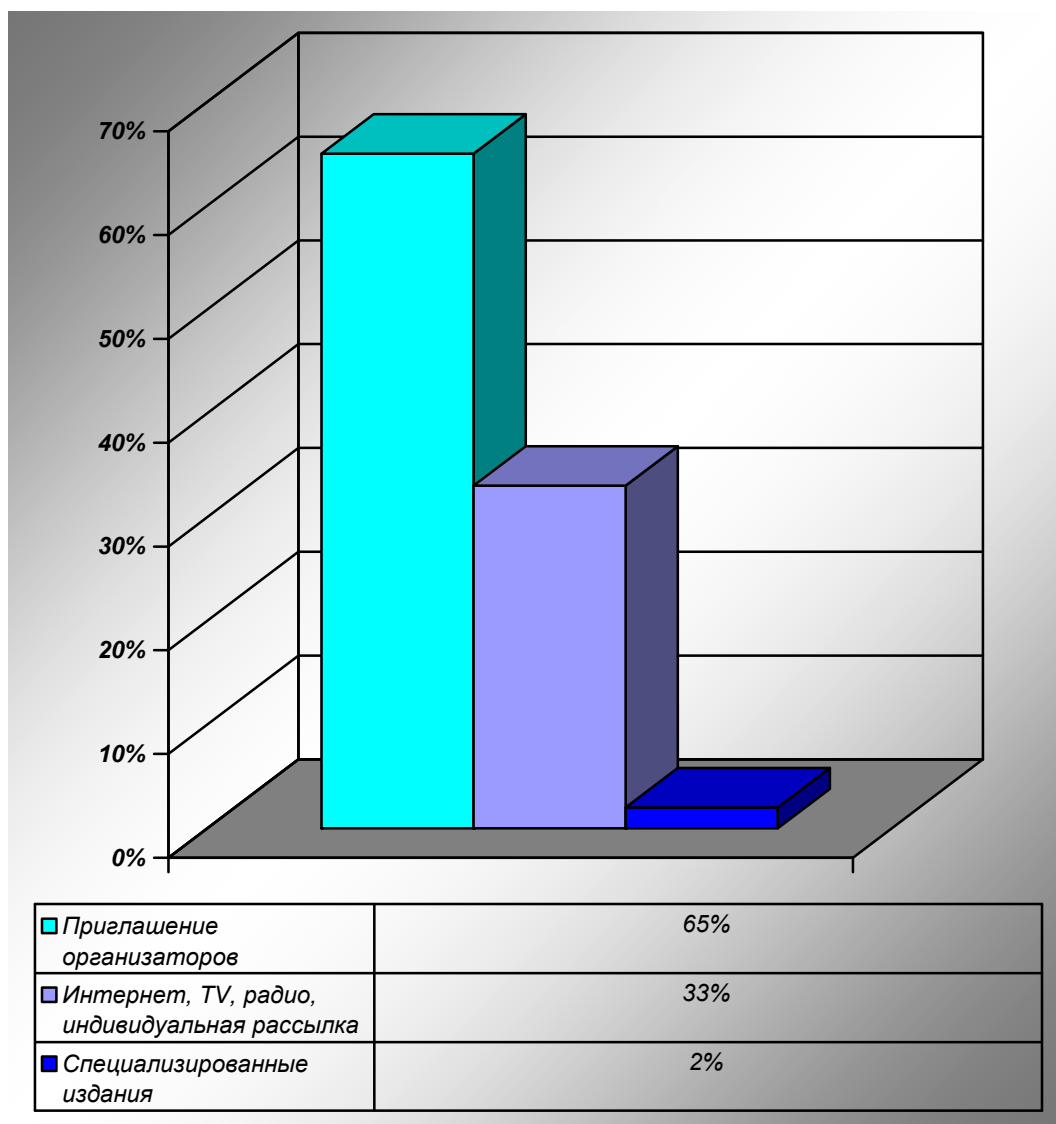
**Привлечение новых клиентов – 47%**

**Расширение рынков сбыта – 32%**

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

**Сравнить предложения конкурентов –6%**

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



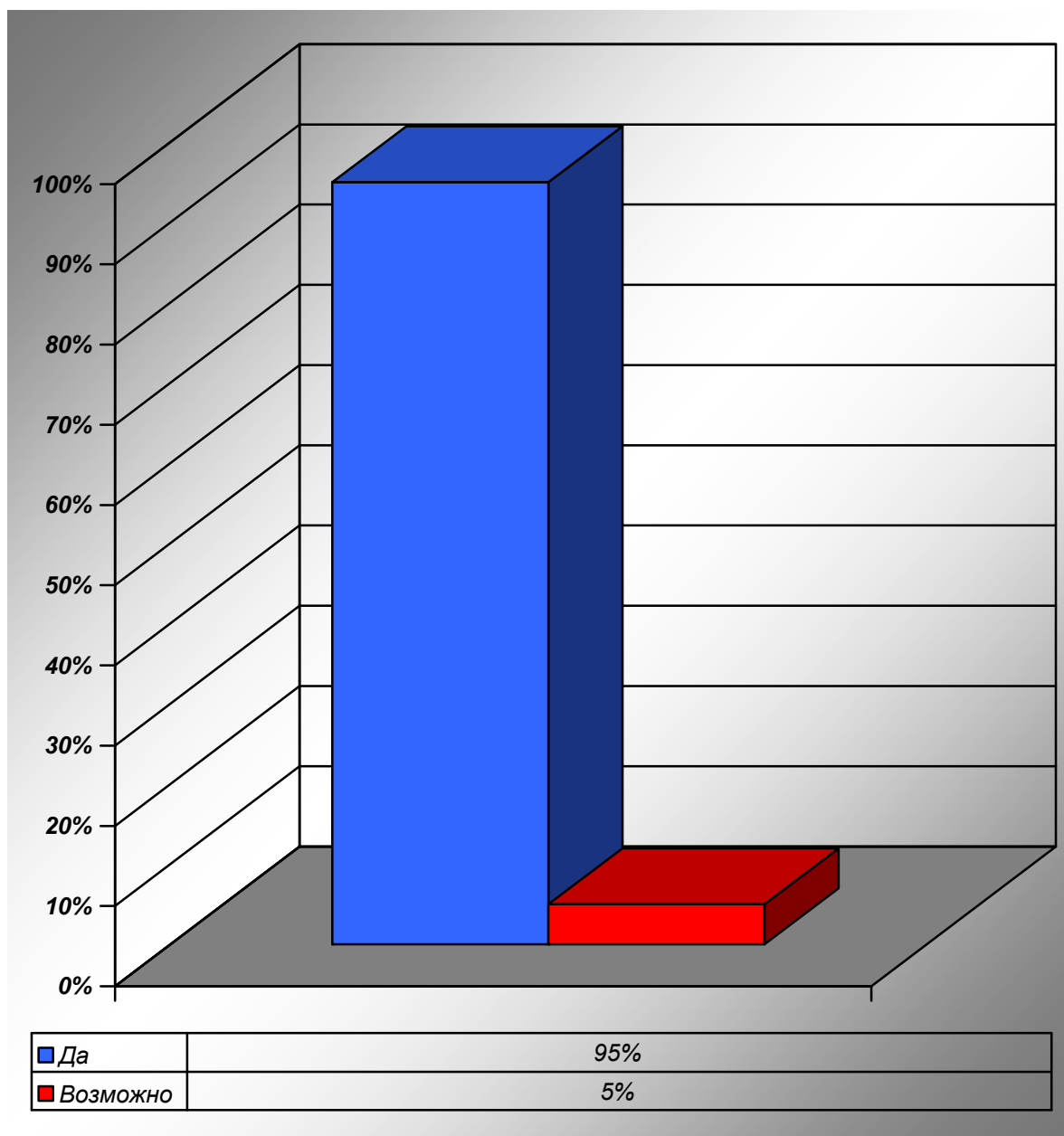
**Участие в прошлых выставках –35%**

**Приглашение организаторов – 31%**

**Интернет, ТВ, радио – 21%**

**Специализированные издания –13%**

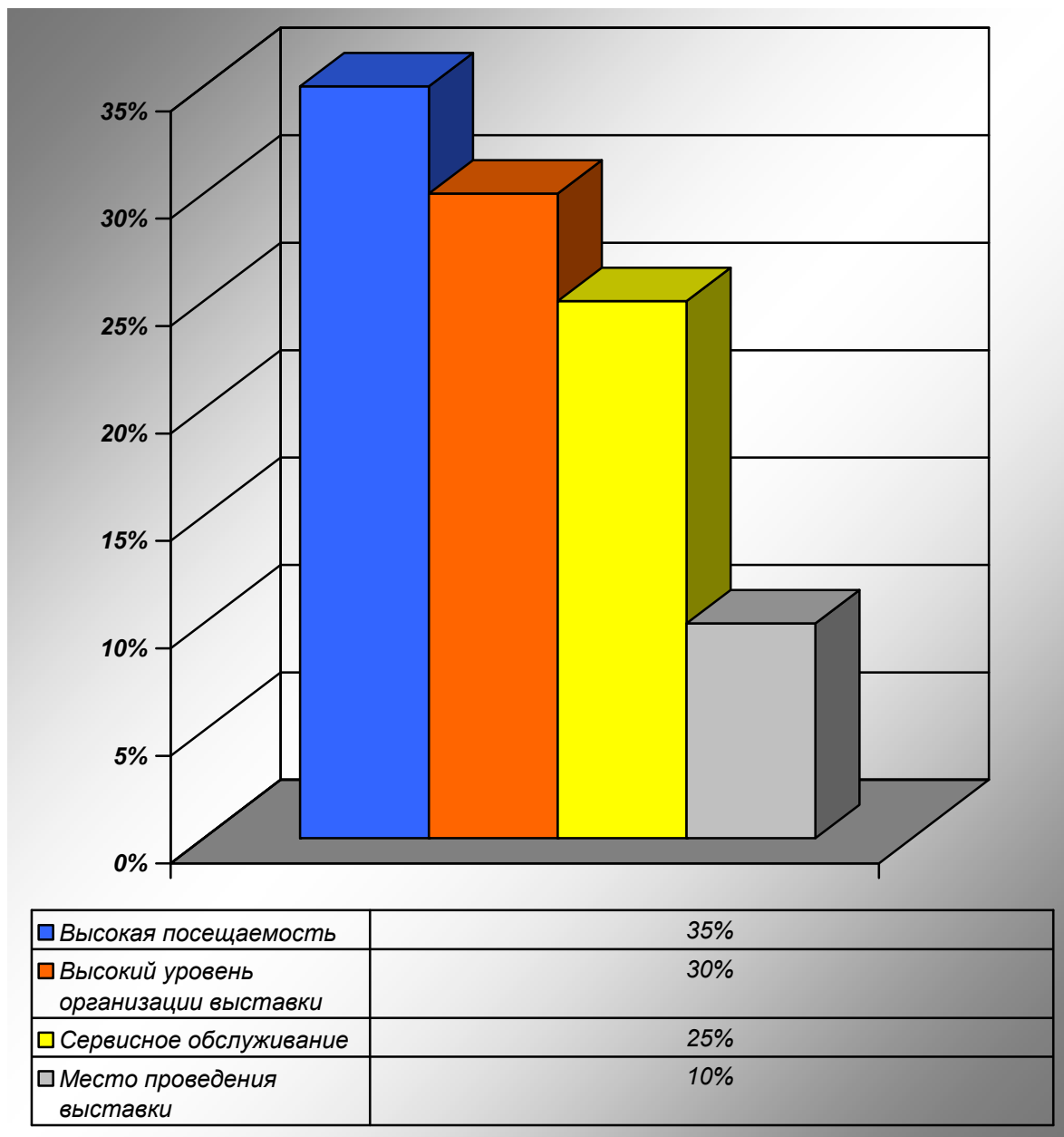
**Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?**



**Да – 97%**

**Возможно – 3%**

## Ф. Преимущества выставки



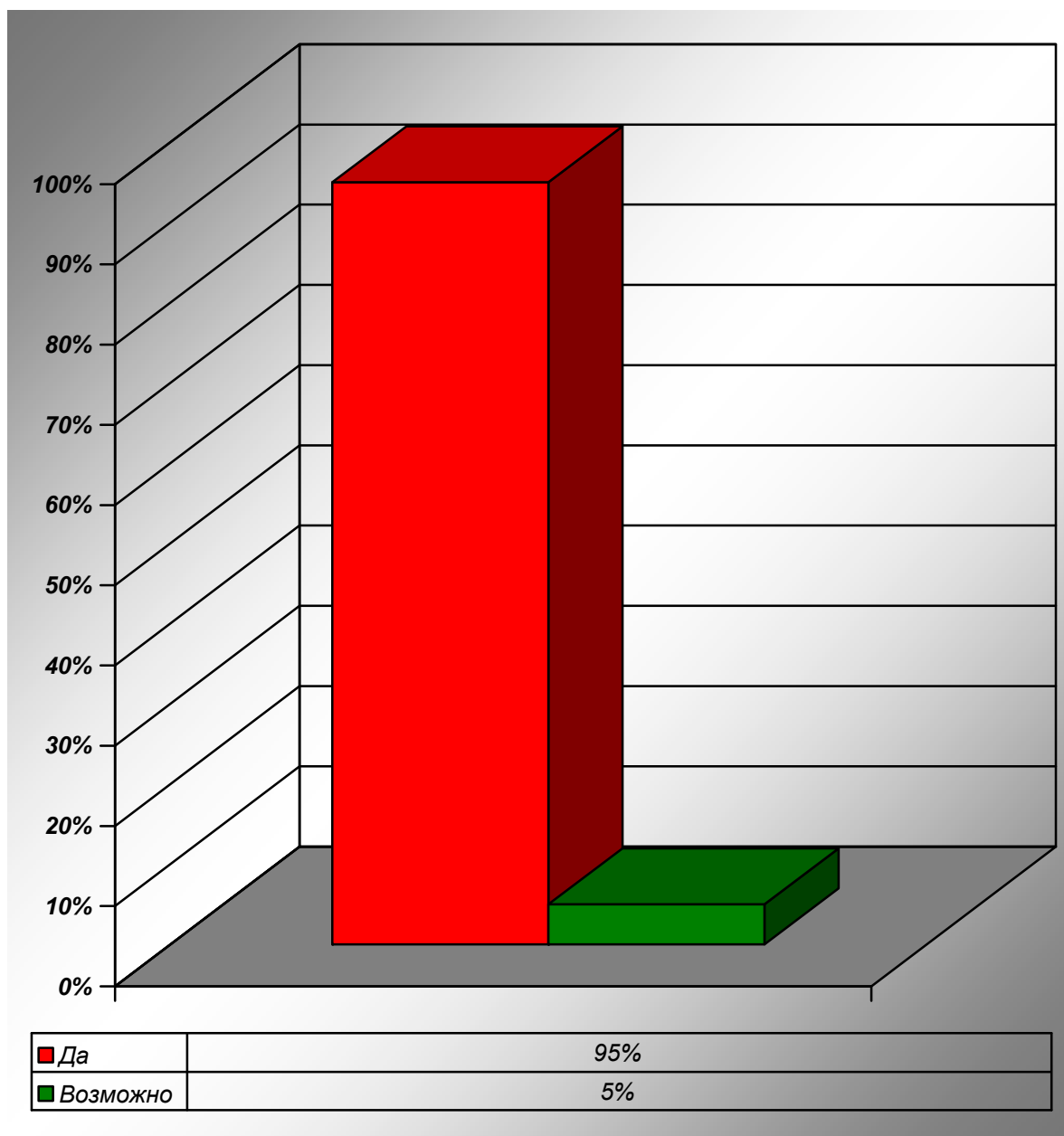
**Высокий уровень организации выставки –34%**

**Перспективные контакты – 29%**

**Сервисное обслуживание – 21%**

**Оформление зала и стендов –16%**

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

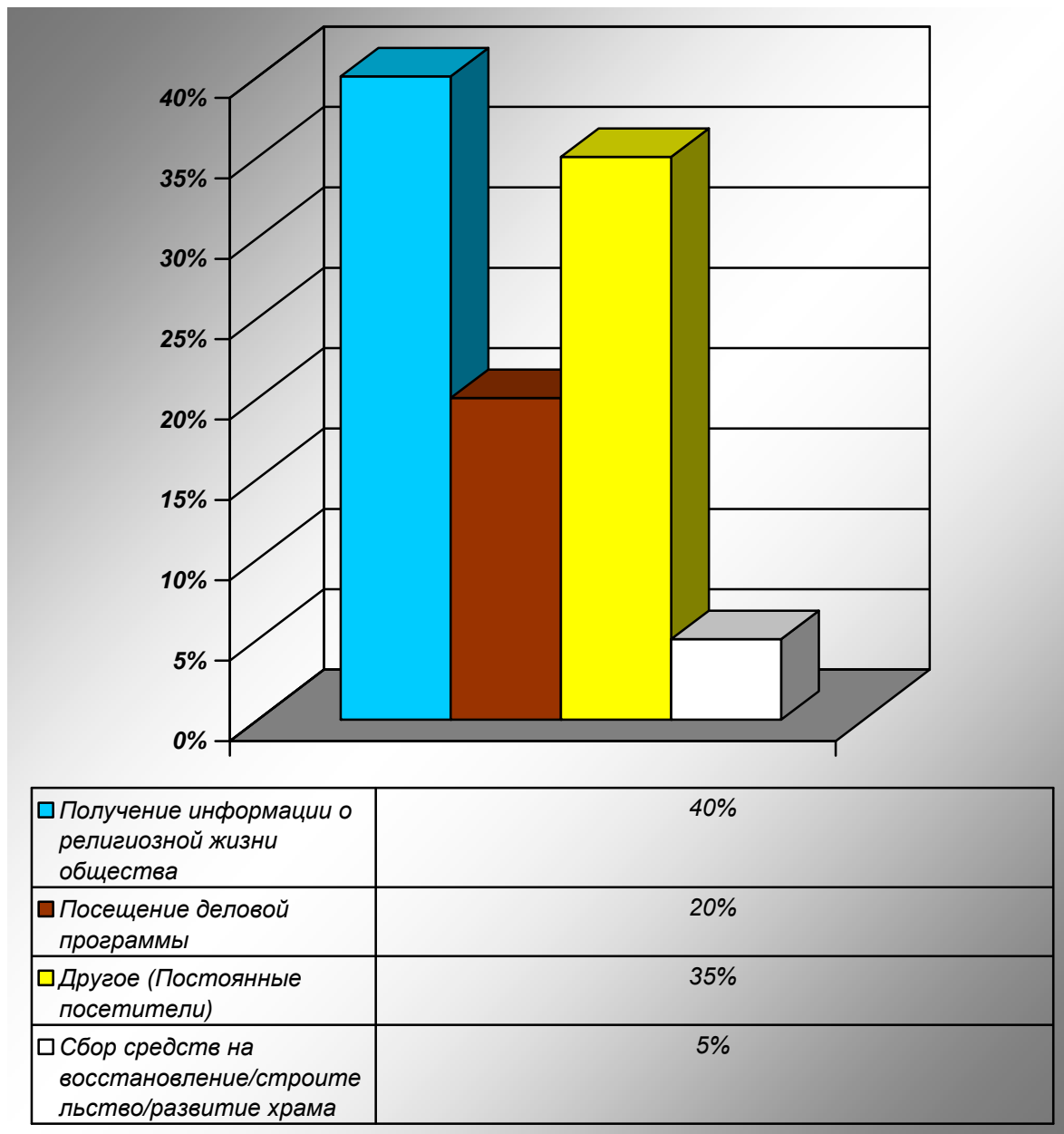


**Да – 93%**

**Частично – 7%**

## II. ПОСЕТИТЕЛИ

### А. Цели посещения выставки:



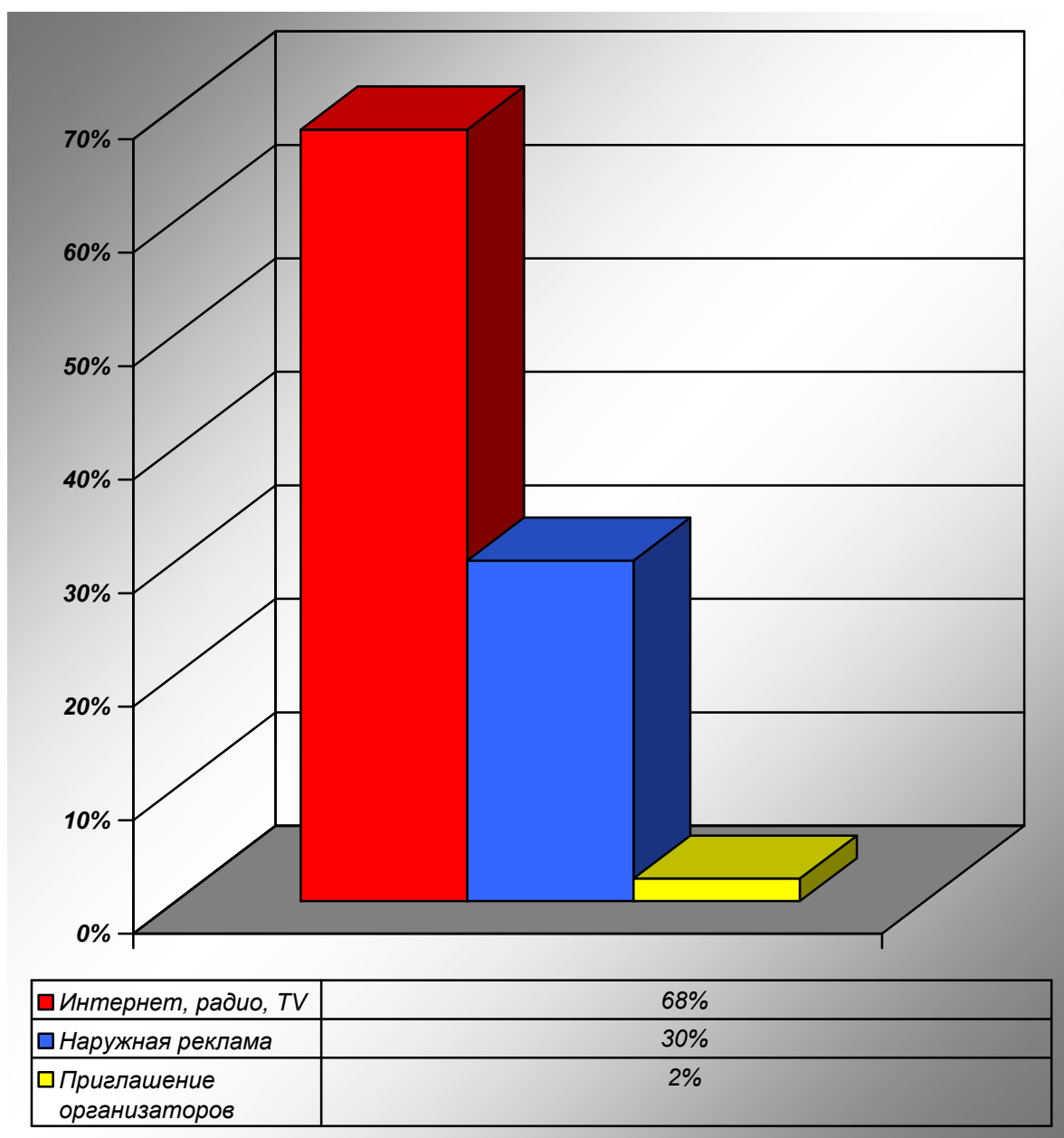
**Реализация продукции – 44%**

**Заключение договоров – 36%**

**Получить информацию об отрасли – 20%**



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



**Наружная реклама (афиша, баннер, перетяжки) – 35%**

**Приглашение организаторов (письмо, e-mail, телефон) – 30%**

**Интернет, TV, радио, SMS – 18 %**

**Специализированные издания – 17%**