



АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ «Продукты питания - 2016»

В период с 24 по 26 марта 2016 года в Гранд Отеле «Жемчужина» состоялась XVIII специализированная выставка «Продукты питания-2016».statistika

В выставке приняли участие 81 компания, 2665 посетителей, из них 21 % посетителей-специалистов. Выставочная площадь: нетто 723, брутто 1300.

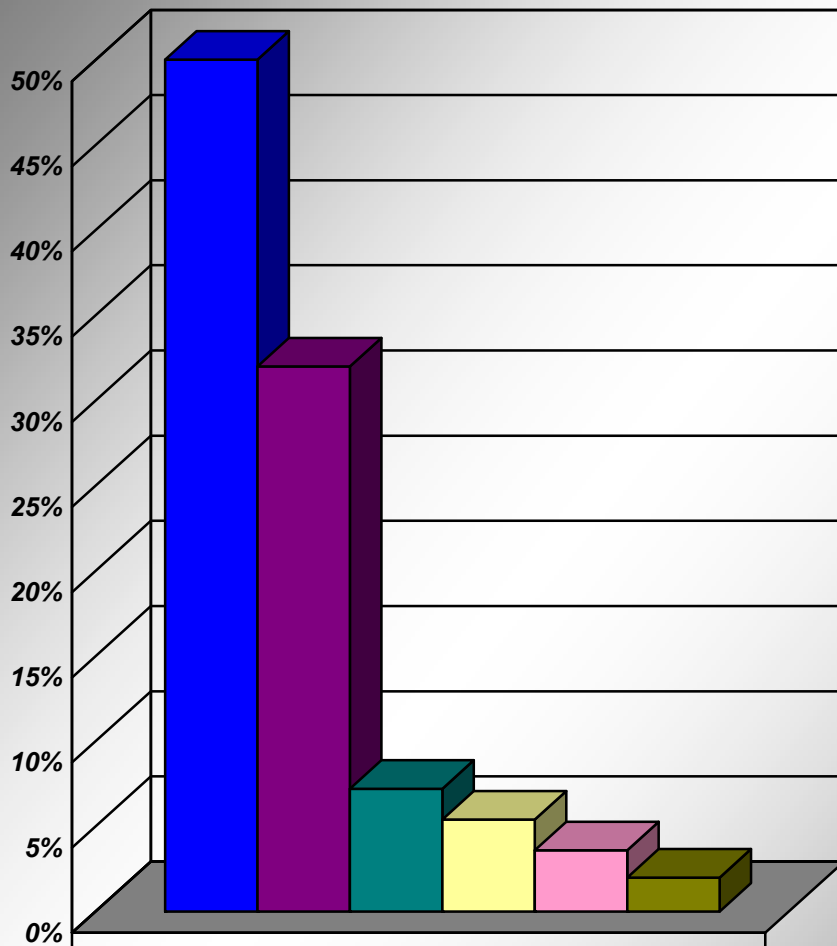
Генеральный информационный партнер:
«ПИЩЕВАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ» Издательство» ООО, Москва

Информационные партнеры:

АГРОБИЗНЕС Журнал, Краснодар
Agroday.ru, Ростов-на-Дону
Agro-sputnik.ru
«АГРОСТРАХОВАНИЕ И КРЕДИТОВАНИЕ» Информационно-практический журнал, Москва
БИЗНЕС ПИЩЕВЫХ ИНГРЕДИЕНТОВ, Черноголовка
GOODS MATRIX, Санкт-Петербург
InfoDrink, Москва
CateringConsulting, Москва
«ЛИНИЯ ВКУСА» Журнал, Казань
ПищеПромЭксперт, специализированные издания, Ростов-на-Дону
PRODPORAL.RU, Долгопрудный
RUSSIAN FOOD & DRINKS MARKET MAGAZINE журнал, Санкт-Петербург
«UGOSTI.COM» Ресторанный портал
«FruitNews» Информационное агентство, Москва
ХОЛОДИЛЬНАЯ ТЕХНИКА Издательский дом ООО, Москва
Ногеса, Москва
«ХЭДХАНТЕР» ООО, Сочи
«КУБАНСКИЕ ВЕДОМОСТИ», Краснодар
«КУБАНЬ» Информационное агентство», Краснодар
«На Кубани.ру» ООО, Краснодар
«ЭФКАТЕ» ОАО, Сочи
«ЗОЛОТО СОЧИ» Городской Интернет-портал, Сочи
ЕХРОСОМ.RU, Москва
ЕхроМар.ru, Москва
«МАКС ПОРТАЛ», Сочи
«СВОБОДНАЯ ПРЕССА Издательский дом» ООО, Сочи

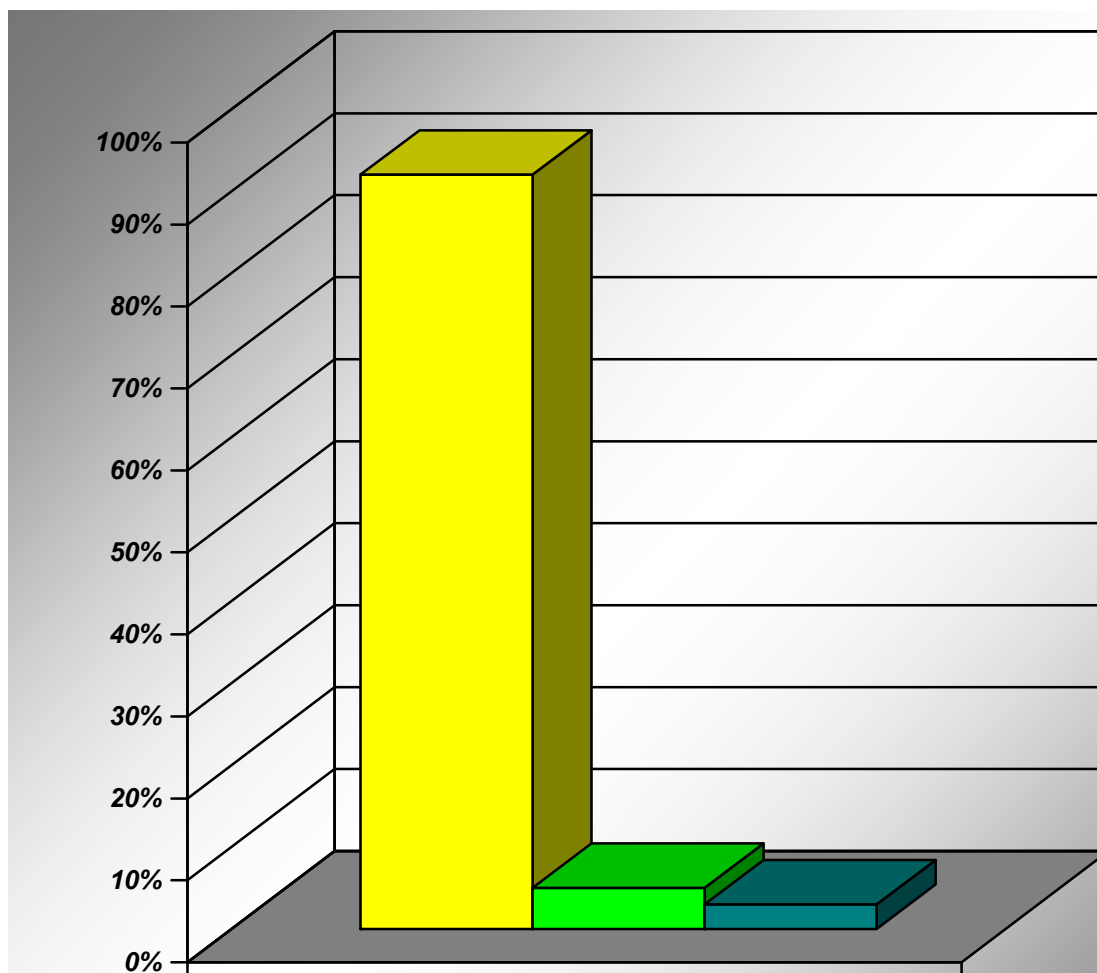
I. УЧАСТНИКИ

A. География участников



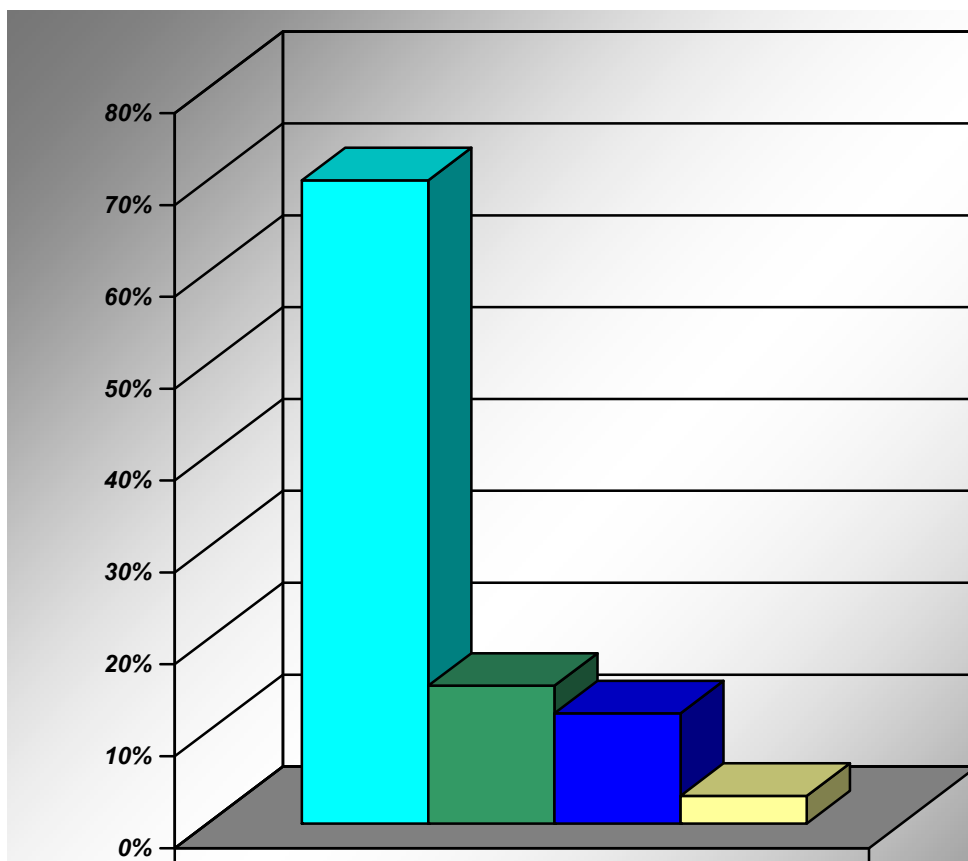
■ Южный Федеральный Округ	50%
■ Центральный Федеральный Округ	32%
■ Иностранные компании	7%
■ Северо-Западный Федеральный Округ	5%
■ Северо-Кавказский Федеральный Округ	4%
■ Крымский Федеральный Округ	2%

В. Цели участия:



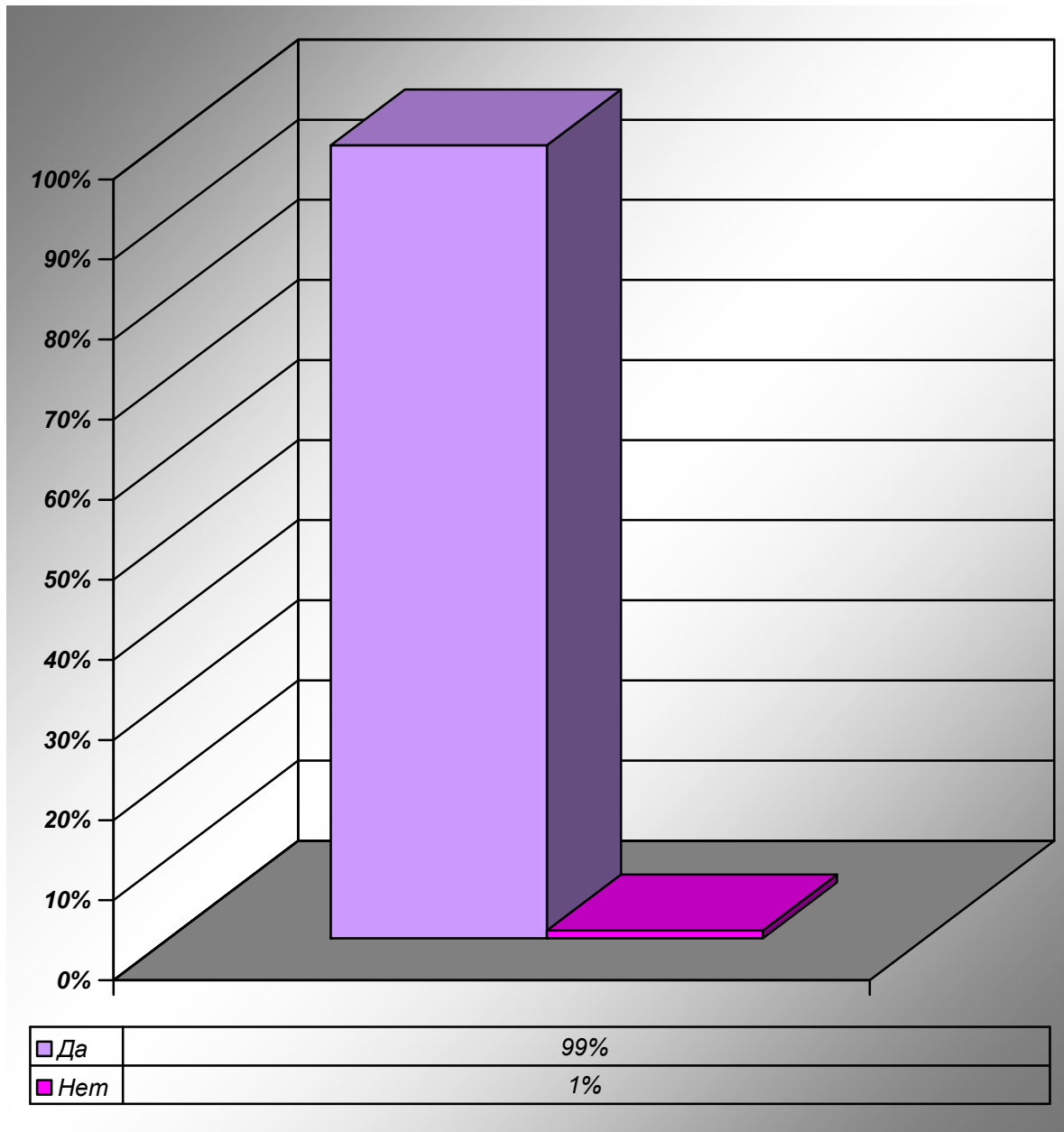
■ <i>Расширение рынков сбыта</i>	92%
■ <i>Сравнить предложение конкурентов</i>	5%
■ <i>Ознакомиться с новыми тенденциями рынка</i>	3%

С. Источники, из которых Вы узнали о выставке:

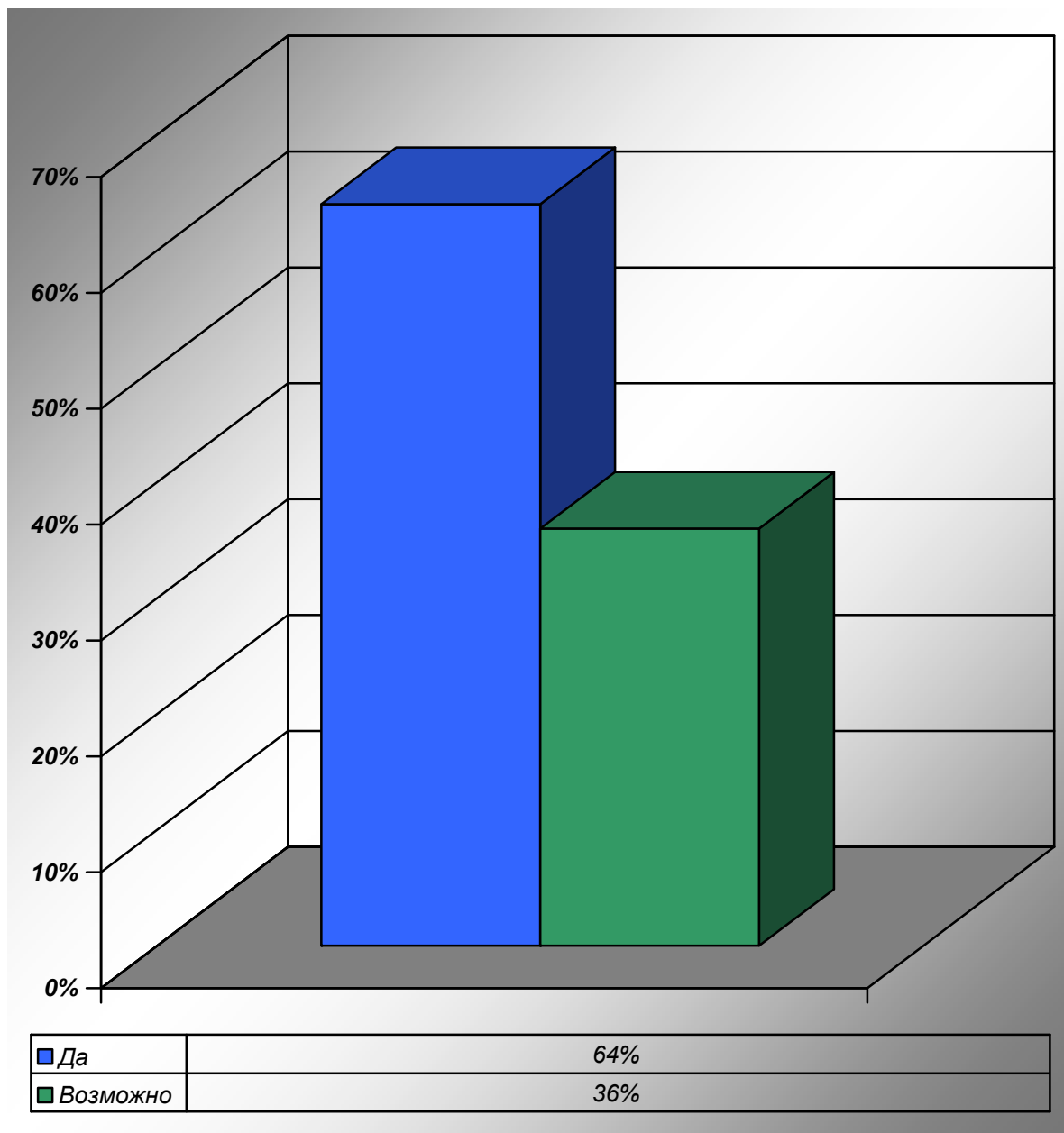


■ Приглашение организаторов	70%
■ Интернет	15%
■ ТВ и радио	12%
■ Специализированные издания	3%

Д. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?

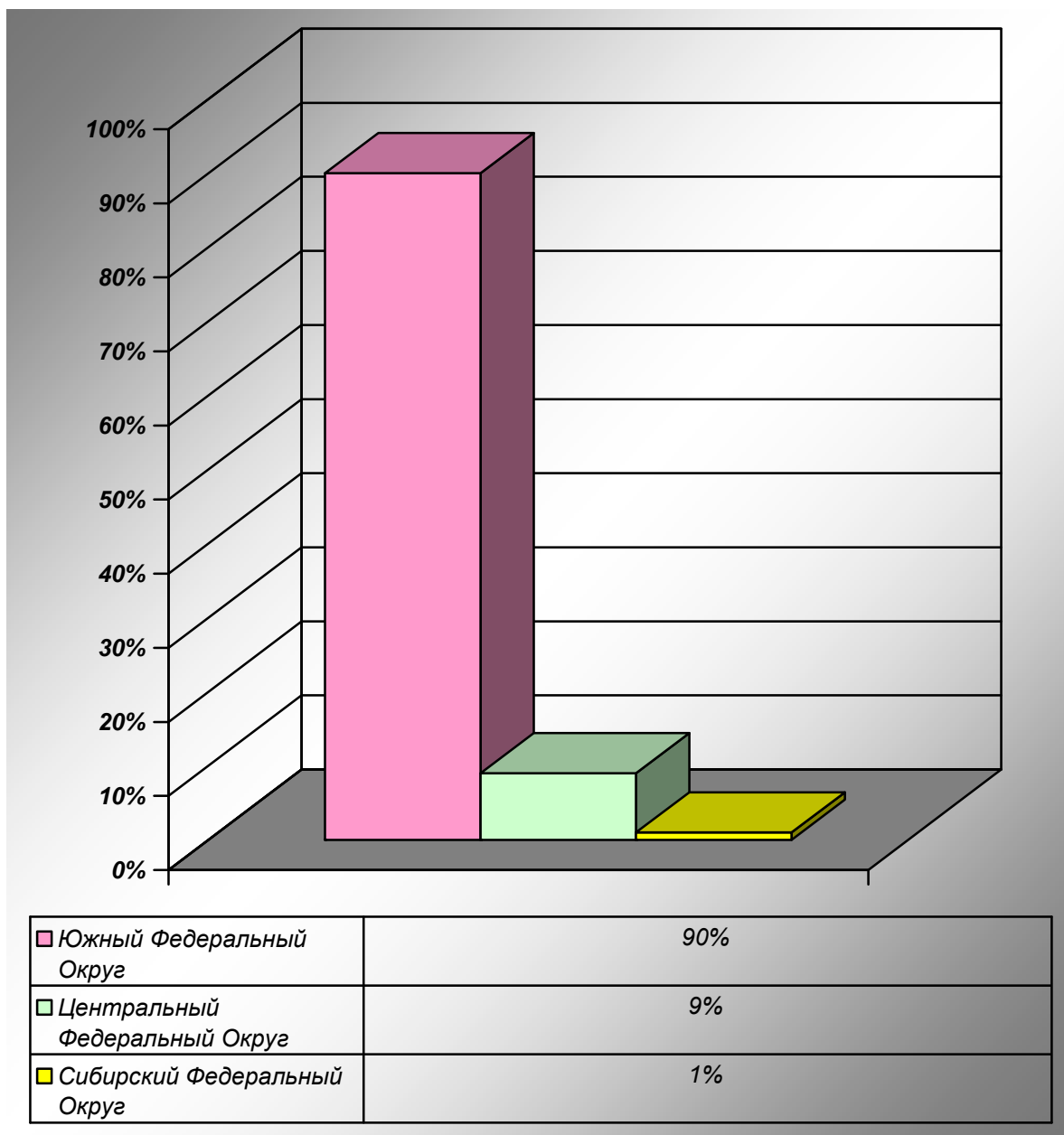


Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?

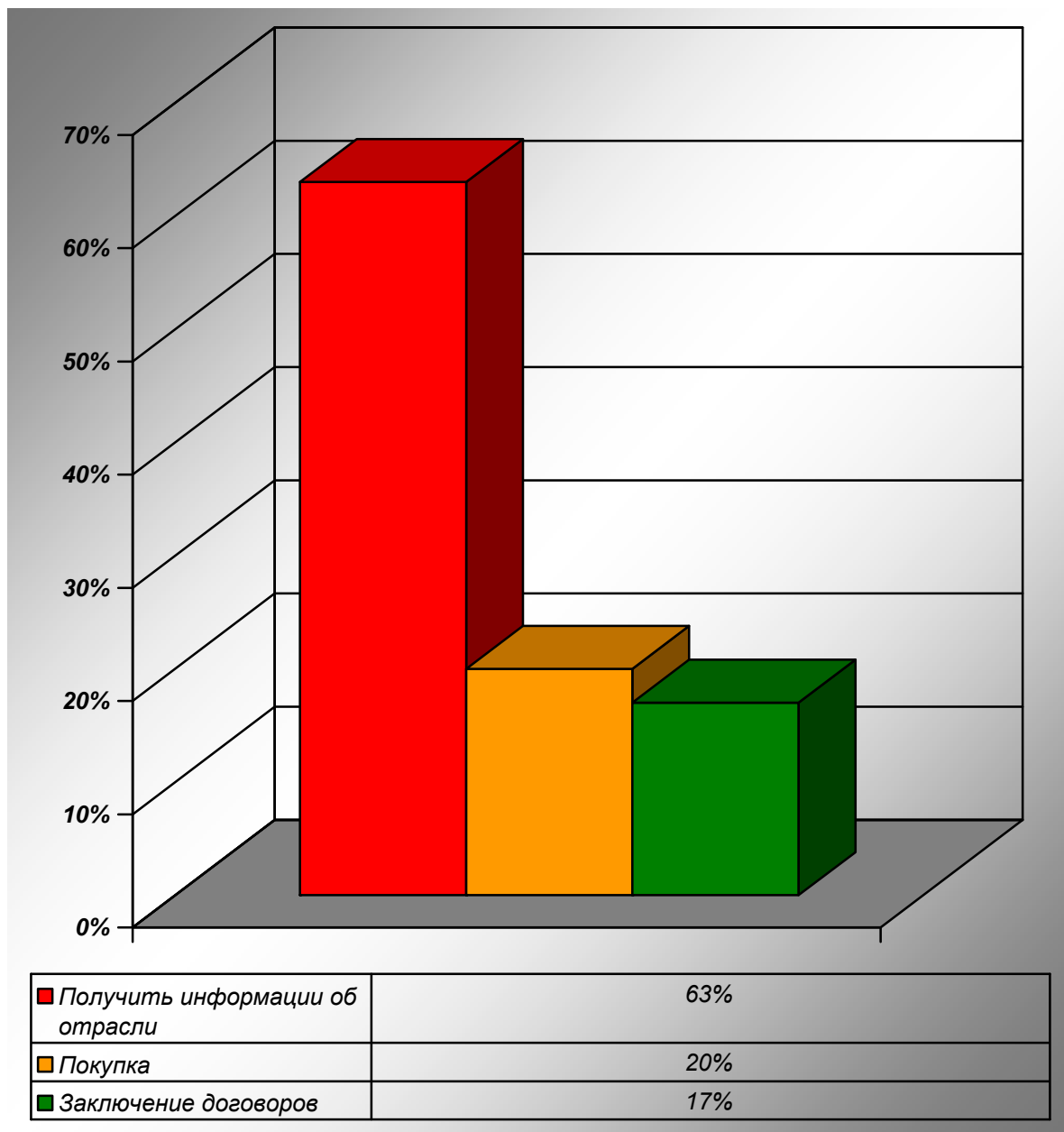


II. ПОСЕТИТЕЛИ

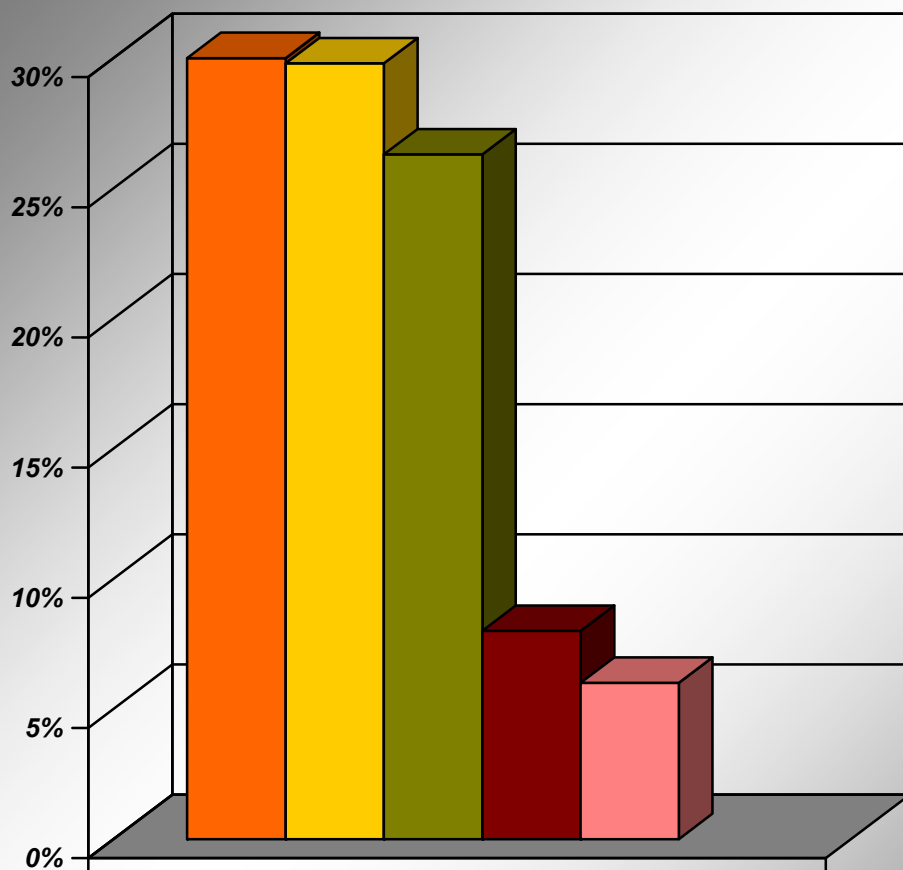
A. География посетителей



В. Цели посещения выставки:



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



■ Наружная реклама	30%
■ Приглашение организаторов	30%
■ Интернет, радио, TV	26%
■ Специализированные издание	0,06
■	