



Департамент корпоративного маркетинга



## СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ВЫСТАВКИ

Московская международная выставка  
индустрии быстрого питания  
IFFF Moscow 2011

14 - 16 марта 2011 года

Москва • «Крокус Экспо»



## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>Содержание</b> .....	<b>2</b>
<b>Распределение посетителей по каналам привлечения на выставку</b> .....	<b>3</b>
Каналы привлечения посетителей .....	3
Эффективность распространения пригласительных билетов .....	3
Эффективность web-регистрации .....	4
<b>Динамика посещения выставки по дням</b> .....	<b>5</b>
<b>Анализ посетителей по географическому признаку</b> .....	<b>7</b>
Распределение посетителей по странам .....	7
Распределение посетителей по регионам России .....	8
<b>Ответы посетителей на вопросы анкеты</b> .....	<b>9</b>
Тип компании .....	9
Сфера деятельности.....	10
Состав посетителей по должностному статусу.....	11

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ПО КАНАЛАМ ПРИВЛЕЧЕНИЯ НА ВЫСТАВКУ

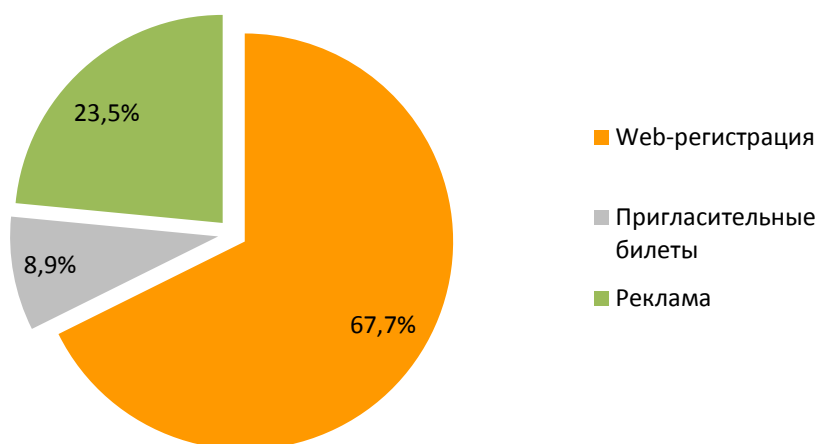
### Каналы привлечения посетителей

Выставку IFFF Moscow 2011 посетили 2 948 человек. Количество посетителей, пришедших на выставку через web-регистрацию, составило 67,7%.

Табл. 1. Распределение посетителей выставки IFFF Moscow 2011 по каналам

Канал привлечения	Количество	Доля, в %
Web-регистрация	1 995	67,7%
Пригласительные билеты	261	8,9%
Реклама	692	23,5%
<b>Итого</b>	<b>2 948</b>	<b>100,0%</b>

Рис. 1. Распределение посетителей выставки IFFF Moscow 2011 по каналам, в %



### Эффективность распространения пригласительных билетов

Табл. 2. Эффективность распространения пригласительных билетов

Год	Общее количество распространенных пригласительных билетов	Количество человек, пришедших на выставку	Эффективность канала
2011	48 500	261	0,54%

По результатам выставки IFFF Moscow 2011, доля посетителей по пригласительным билетам составила 0,54%.

## Эффективность web-регистрации

Табл. 3. Эффективность web-регистрации

Год	Количество человек, зарегистрировавшихся на сайте	Количество человек, пришедших на выставку	Эффективность канала
2011	5 747	1 995	34,7%

В 2011 году выставку посетили 34,7% от общего количества зарегистрировавшихся на сайте.

## ДИНАМИКА ПОСЕЩЕНИЯ ВЫСТАВКИ ПО ДНЯМ

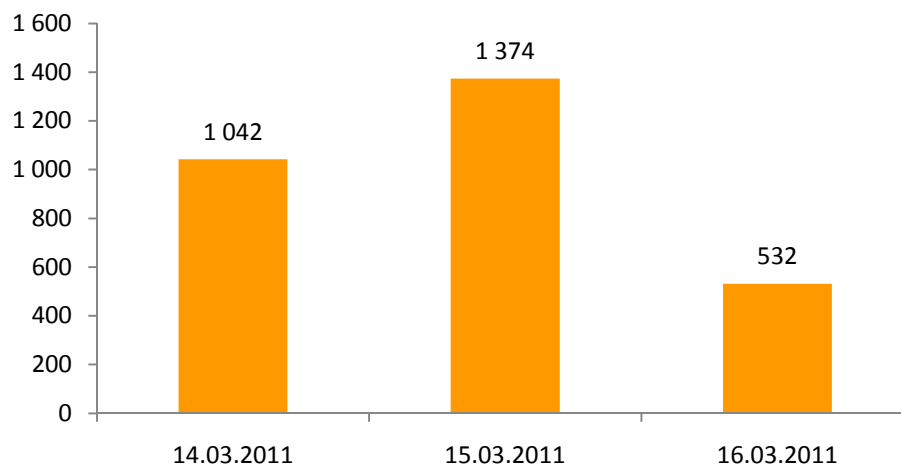
Пик посещения выставки IFFF Moscow 2011 приходится на второй день – 46,6% всех посетителей.

**Табл. 4. Анализ потока посетителей выставки IFFF Moscow 2011 по дням**

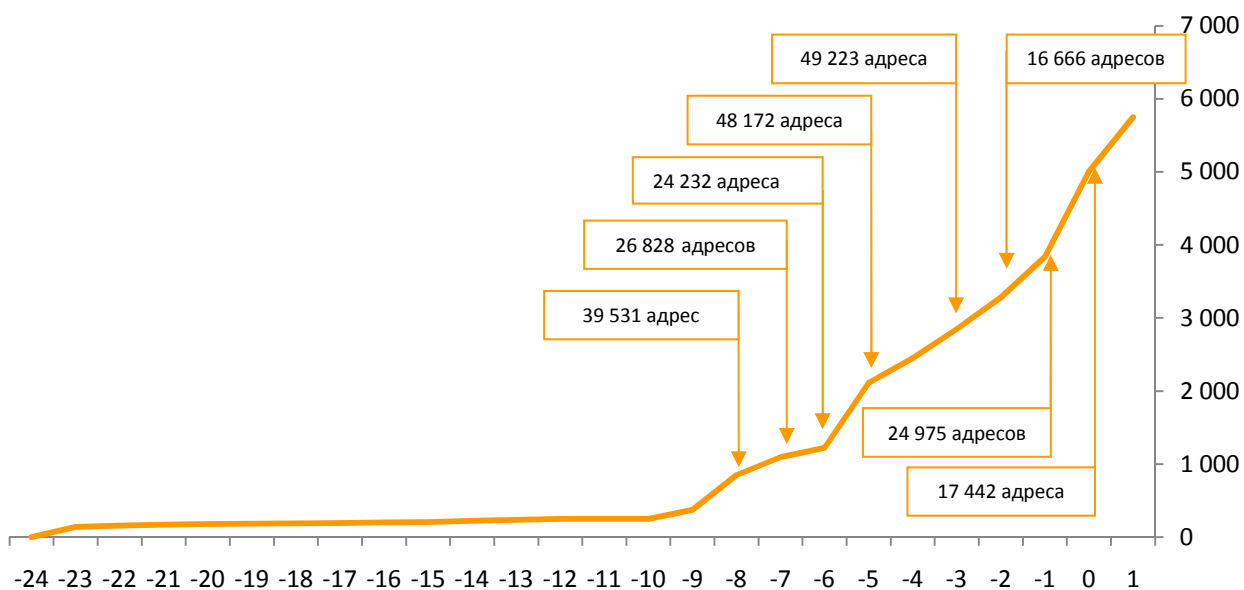
Дни	Количество, чел.	Доля, в %
1-й день	1 042	35,3%
2-й день	1 374	46,6%
3-й день	532	18,0%
<b>Итого</b>	<b>2 948</b>	<b>100,0%</b>

Меньше всего посетителей пришло на выставку в последний день ее проведения (18%).

**Рис. 2. Анализ потока посетителей выставки IFFF Moscow 2011 по дням**



**Рис. 3. Анализ еженедельной динамики регистраций посетителей выставки IFFF Moscow 2011**



Рост регистрации на выставку IFFF Moscow 2011 наблюдается после рассылок, проведенных за 8 недель (39 531 адрес), за 7 недель (26 828 адресов), за 6 недель до начала выставки (24 232 адреса), за 5 недель до выставки (48 172 адреса), за 3 недели до выставки (49 223 адреса), за 2 недели до выставки (16 666 адресов), за неделю до выставки (24 975 адресов) и на неделе открытия выставки (17 442 адреса).

## АНАЛИЗ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ПО ГЕОГРАФИЧЕСКОМУ ПРИЗНАКУ

### Распределение посетителей по странам

В 2011 году представители российских компаний составили 97,4% всех посетителей выставки IFFF Moscow. Доля иностранных посетителей составила 2,6%. Количество иностранных государств, которые представляли посетители выставки IFFF Moscow 2011, составила 15.

**Табл. 5. Количество иностранных посетителей выставки IFFF Moscow**

	2011
Доля иностранных посетителей, в %	2,6
Количество иностранных государств, которые представляли посетители	15

**Табл. 6. Распределение посетителей выставки IFFF Moscow 2011 по странам**

№	Страна	Доля, в %
1	Россия	97,44%
2	Белоруссия	0,55%
3	Украина	0,55%
4	Турция	0,30%
5	Казахстан	0,25%
6	Латвия	0,20%
7	Молдавия	0,15%
8	Греция	0,10%
9	Туркменистан	0,10%
10	Армения	0,05%
11	Болгария	0,05%
12	Эстония	0,05%
13	Германия	0,05%
14	Италия	0,05%
15	Таджикистан	0,05%
16	Абхазия	0,05%

*Для анализа были использованы только корректно заполненные посетителями выставки IFFF Moscow 2011 анкеты, общее количество которых составило 1 995 (только анкеты web-регистрации). Рассчитанный уровень доверия статистическому результату составил 98,7% (при рекомендуемом уровне доверия 95%).*

## Распределение посетителей по регионам России

По результатам выставки IFFF Moscow 2011, доля посетителей из Москвы составила 73,9% всех российских посетителей, доля посетителей из других регионов – 26,1%.

Табл. 7. Распределение посетителей выставки IFFF Moscow 2011 по регионам России

№	Город	Доля, в %	№	Город	Доля, в %
1	Москва и МО	73,92%	32	Томская обл.	0,31%
2	Воронежская обл.	2,83%	33	Волгоградская обл.	0,31%
3	Санкт-Петербург и ЛО	2,47%	34	Новосибирская обл.	0,26%
4	Калужская обл.	1,49%	35	Алтайский край	0,21%
5	Нижегородская обл.	1,34%	36	Кабардино-Балк. Респ.	0,21%
6	Ярославская обл.	0,93%	37	Камчатский край	0,21%
7	Ростовская обл.	0,93%	38	Липецкая обл.	0,21%
8	Краснодарский край	0,77%	39	Респ. Мордовия	0,21%
9	Тверская обл.	0,77%	40	Оренбургская обл.	0,21%
10	Вологодская обл.	0,77%	41	Орловская обл.	0,21%
11	Тульская обл.	0,67%	42	Ставропольский край	0,21%
12	Челябинская обл.	0,57%	43	Ульяновская обл.	0,21%
13	Рязанская обл.	0,57%	44	Курская обл.	0,15%
14	Республика Татарстан	0,57%	45	Мурманская обл.	0,15%
15	Архангельская обл.	0,51%	46	Новгородская обл.	0,15%
16	Самарская обл.	0,51%	47	Сахалинская обл.	0,15%
17	Свердловская обл.	0,51%	48	Респ. Адыгея	0,10%
18	Ивановская обл.	0,46%	49	Респ. Бурятия	0,10%
19	Омская обл.	0,46%	50	Хабаровский край	0,10%
20	Астраханская обл.	0,41%	51	Ханты-Мансийский АО	0,10%
21	Респ. Башкортостан	0,41%	52	Респ. Коми	0,10%
22	Чувашская обл.	0,41%	53	Костромская обл.	0,10%
23	Красноярский край	0,41%	54	Пензенская обл.	0,10%
24	Саратовская обл.	0,41%	55	Северная Осетия	0,10%
25	Пермский край	0,36%	56	Тамбовская обл.	0,10%
26	Смоленская обл.	0,36%	57	Читинская обл.	0,05%
27	Владимирская обл.	0,36%	58	Ямало-Ненецкий АО	0,05%
28	Брянская обл.	0,36%	59	Кировская обл.	0,05%
29	Белгородская обл.	0,31%	60	Респ. Марий-Эл	0,05%
30	Иркутская обл.	0,31%	61	Псковская обл.	0,05%
31	Тюменская обл.	0,31%			

Для анализа были использованы только корректно заполненные посетителями выставки IFFF Moscow 2011 анкеты, общее количество которых составило 1 995 (только анкеты web-регистрации). Рассчитанный уровень доверия статистическому результату составил 98,7% (при рекомендуемом уровне доверия 95%).

Наибольшее количество «региональных» посетителей приехало на выставку из:

- Воронежской области – 2,83%
- Санкт-Петербурга и Ленинградской области – 2,47%
- Калужской области - 1,49%
- Нижегородской области - 1,34%



## ОТВЕТЫ ПОСЕТИТЕЛЕЙ НА ВОПРОСЫ АНКЕТЫ

Для анализа были использованы только корректно заполненные посетителями выставки IFFF Moscow 2011 анкеты, общее количество которых составило 1 995 (только анкеты web-регистрации). Рассчитанный уровень доверия статистическому результату составил 98,7% (при рекомендуемом уровне доверия 95%).

### Тип компании

Табл. 8. Состав посетителей выставки IFFF Moscow 2011 по типу компании

Тип	в % от ответивших*
Дистрибьютор, предприятие оптовой торговли	28,66%
Производитель	28,30%
Предприятие общественного питания	27,38%
Услуги	15,81%
Предприятие розничной торговли	14,94%
Другое	14,43%
Франчайзи	5,10%
СМИ	2,24%
Франчайзер	1,84%

\*В опросе использовался вопрос с множественным выбором ответов

Наибольшее количество посетителей выставки IFFF Moscow 2011 представляют следующие типы компаний:

- Дистрибьютор / предприятие оптовой торговли – 28,67%
- Производитель – 28,3%
- Предприятие общественного питания – 27,38%.

Рис. 4. Состав посетителей выставки IFFF Moscow 2011 по типу компании, в % от ответивших\*



\*В опросе использовался вопрос с множественным выбором ответов

## Сфера деятельности

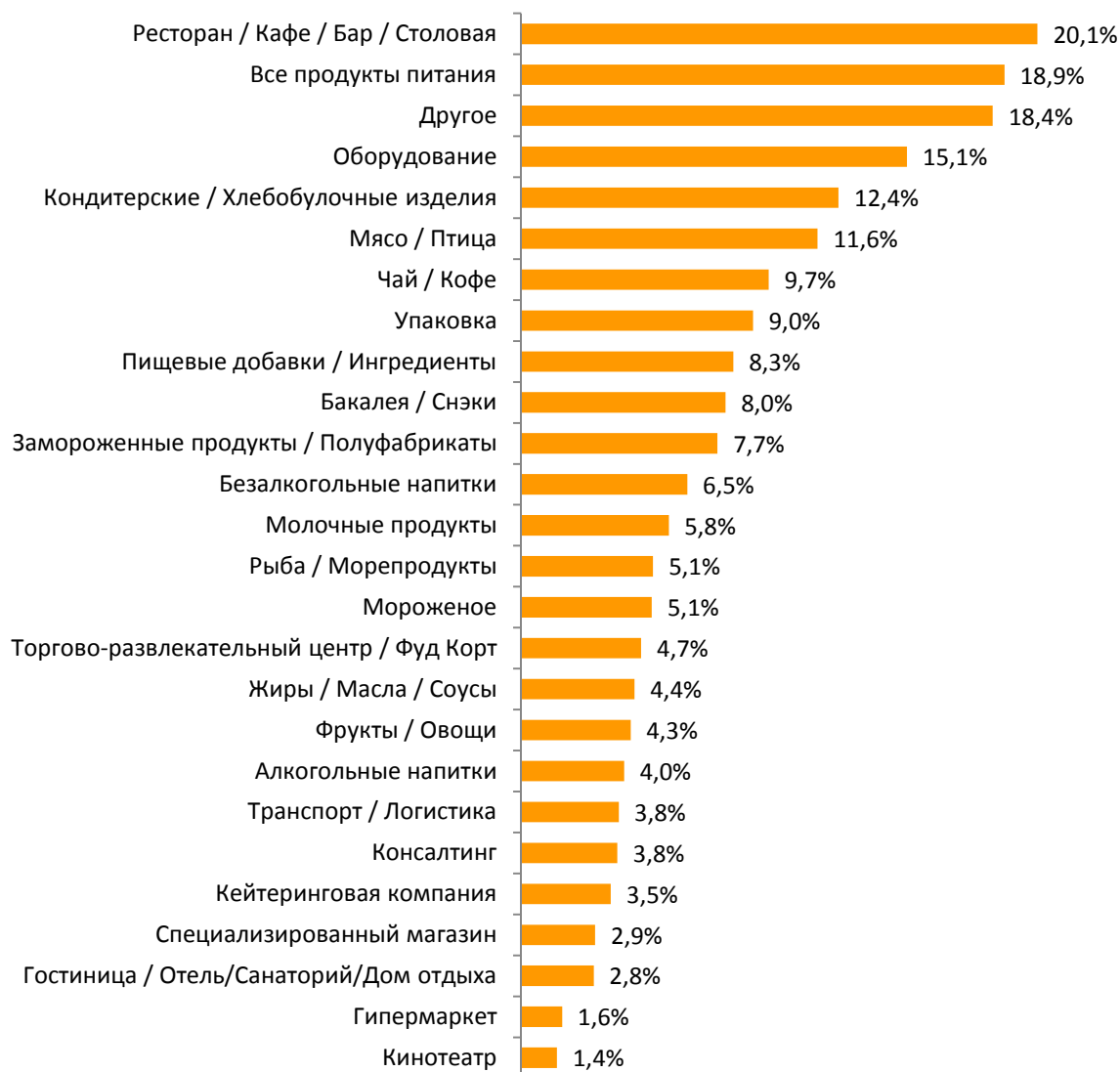
Табл. 9. Состав посетителей выставки IFFF Moscow 2011 по сфере деятельности компании

Сфера деятельности	в % от ответивших*
Ресторан / Кафе / Бар / Столовая	20,1%
Все продукты питания	18,9%
Другое**	18,4%
Оборудование	15,1%
Кондитерские / Хлебобулочные изделия	12,4%
Мясо / Птица	11,6%
Чай / Кофе	9,7%
Упаковка	9,0%
Пищевые добавки / Ингредиенты	8,3%
Бакалея / Снэки	8,0%
Замороженные продукты / Полуфабрикаты	7,7%
Безалкогольные напитки	6,5%
Молочные продукты	5,8%
Рыба / Морепродукты	5,1%
Мороженое	5,1%
Торгово-развлекательный центр / Фуд Корт	4,7%
Жиры / Масла / Соусы	4,4%
Фрукты / Овощи	4,3%
Алкогольные напитки	4,0%
Транспорт / Логистика	3,8%
Консалтинг	3,8%
Кейтеринговая компания	3,5%
Специализированный магазин	2,9%
Гостиница / Отель/Санаторий/Дом отдыха	2,8%
Гипермаркет	1,6%
Кинотеатр	1,4%

\*В опросе использовался вопрос с множественным выбором ответов

\*\*По результатам выставки IFFF Moscow 18,4% посетителей в 2011 году при ответе на вопрос о сфере деятельности компании указали вариант «другое». На основании этого можно сделать вывод о том, что в регистрационной форме рубрикатор по сферам деятельности охватывает не все основные сферы.

**Рис. 5. Состав посетителей выставки IFFF Moscow 2011 по сфере деятельности компании, в % от ответивших\***



\*В опросе использовался вопрос с множественным выбором ответов

### Состав посетителей по должностному статусу

По результатам выставки IFFF Moscow-2011 доля первых лиц компании составила 24,3%.

**Табл. 10. Состав посетителей выставки IFFF Moscow 2011 по должностному статусу**

Должность	Доля, в %
Владелец / Генеральный директор	24,3%
Топ-менеджмент	11,3%
Руководитель отдела/Подразделения	20,0%
Менеджер / Специалист	33,7%
Частное лицо	10,7%
Итого	100,0%

**Рис. 6. Состав посетителей выставки IFFF Moscow 2011 по должностному статусу**

