



## **АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ О ПОСЕТИТЕЛЯХ ВЫСТАВКИ**

20-я Международная выставка бытового и промышленного оборудования для отопления, водоснабжения, инженерно-сантехнических систем, кондиционирования, вентиляции, бассейнов, саун и спа

**Aqua-Therm Moscow**

2–5 февраля 2016 года

Москва • «Крокус Экспо»

Москва, 2016

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Содержание</b> .....	<b>2</b>
<b>Методология исследования</b> .....	<b>3</b>
<b>Статистика посетителей выставки</b> .....	<b>4</b>
Общее количество посетителей .....	4
Посещение выставки по дням .....	4
<b>Анализ посетителей по географии</b> .....	<b>5</b>
Распределение посетителей по странам .....	5
Доля иностранных посетителей и посетителей из регионов России .....	5
<b>Распределение посетителей по цели посещения выставки</b> .....	<b>7</b>
<b>Профиль посетителей-специалистов</b> .....	<b>7</b>
Распределение посетителей по уровню должности .....	7
Вид деятельности компаний, которые представляли посетители .....	8
Специализация торговых и производственных компаний.....	10
<b>Интересующая продукция</b> .....	<b>11</b>
<b>Интересующий тип оборудования</b> .....	<b>11</b>
<b>Посещение мероприятий деловой программы</b> .....	<b>12</b>

## МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

### Период проведения выставки

С 02.02.2016 по 05.02.2016

### Качественный состав посетителей

**Посетитель** (уникальный посетитель) – это лицо, посещающее выставку в дни и часы ее официальной работы с целью знакомства с демонстрируемыми экспонатами и/или участия в программе выставки. Посетитель считается только один раз за все время выставки независимо от числа его посещений.

Экспоненты сопутствующих мероприятий, таких как конференций, семинаров, конгрессов, фестивалей, проходящих в рамках данной выставки и по ее теме, считаются посетителями-специалистами и входят в общее число посетителей, если они посетили само выставочное мероприятие.

При подсчете количества уникальных посетителей не учитываются:

- работники компании-организатора выставки (в том числе и временный персонал)
- обслуживающий персонал выставочного комплекса
- персонал участников выставки
- персонал поставщиков выставочных услуг
- представители СМИ, прошедшие официальную аккредитацию
- состав посетителей-профессионалов отрасли по должности и типу компании

### Типы вопросов в регистрационной форме

**Вопрос с единичным выбором** – вопрос, предполагающий выбор только одного варианта ответа из предложенных. В данных вопросах сумма ответов составляет 100%.

**Вопрос с множественным выбором** – вопрос, предлагающий респонденту выбрать один или сразу несколько вариантов из предложенных. В данных вопросах сумма ответов превышает 100%.

### Уровень доверия полученным результатам

Для анализа ответов посетителей на вопросы используются только корректно заполненные анкеты.

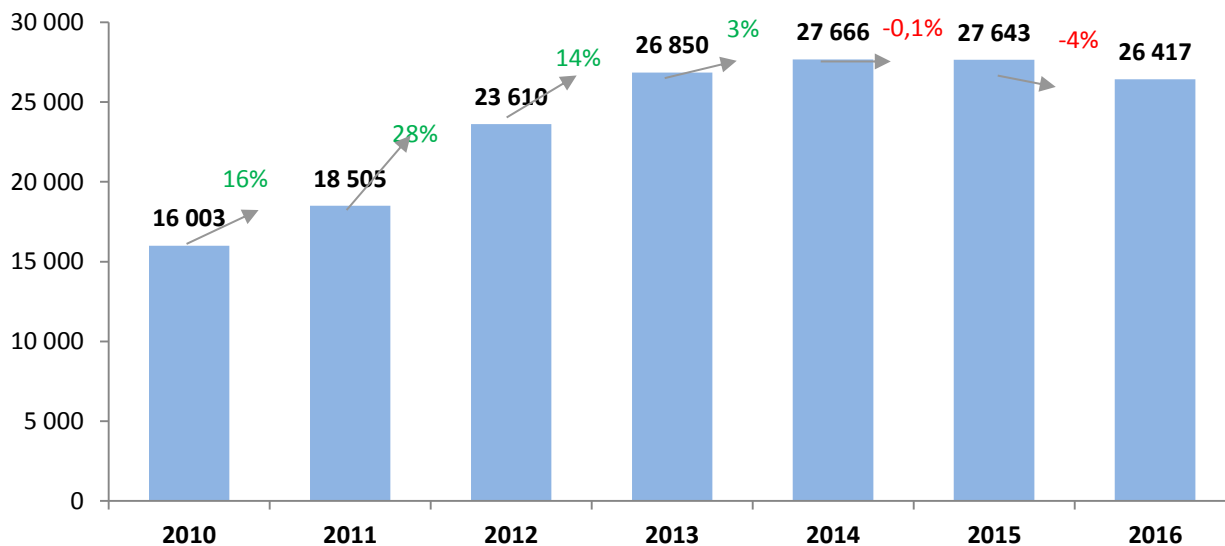
Для возможности экстраполяции полученных значений выборки на генеральную совокупность (на всех посетителей выставки) рассчитывается уровень доверия – вероятность, с которой можно утверждать, что ошибка выборки (различие в значениях соответствующих характеристик выборки и генеральной совокупности) не превысит некоторую заданную величину. Рекомендуемый уровень доверия статистическому результату для маркетинговых исследований составляет не менее 95%.

## СТАТИСТИКА ПОСЕТИТЕЛЕЙ ВЫСТАВКИ

### Общее количество посетителей

Выставку Aqua-Therm Moscow в 2016 году посетили 26 417 человек – на 4% меньше, чем в 2015 году.

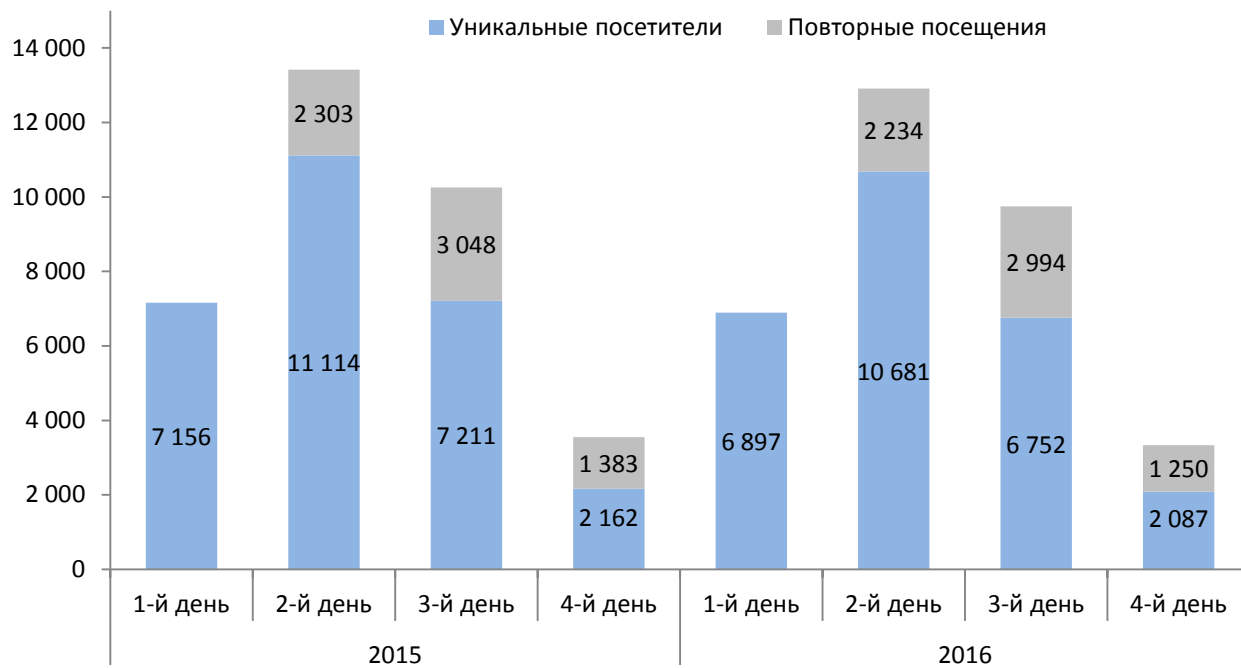
Рис. 1. Количество посетителей выставки Aqua-Therm Moscow в 2010-2016 гг.



### Посещение выставки по дням

Наибольшее количество посетителей Aqua-Therm Moscow 2016 приходится на второй день – 40% всех посетителей выставки. По сравнению с 2015 годом уменьшилось количество посетителей во все дни проведения выставки.

**Рис. 2. Распределение количества уникальных посетителей и повторных посещений выставки Aqua-Therm Moscow в 2015-2016 гг. по дням**



## АНАЛИЗ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ПО ГЕОГРАФИИ

### Распределение посетителей по странам

Доля российских посетителей на выставке Aqua-Therm Moscow 2016, как и в прошлом году, составила 95%, доля иностранных посетителей – 5%. Количество стран, которые представляли посетители выставки Aqua-Therm Moscow в 2016 году, составило 50 (в 2015 году – 52).

Табл. 1. Доля иностранных посетителей и количество стран, которые представляли посетители\*

	2014	2015	2016
Доля иностранных посетителей, в %	5%	5%	5%
Общее количество стран, которые представляли посетители	47	52	50

Табл. 2. Распределение посетителей выставки Aqua-Therm Moscow 2016 по странам

№	Страна	%	№	Страна	%
1	Россия	94,86%	26	Монголия	0,03%
2	Белоруссия	1,43%	27	Сербия	0,03%
3	Казахстан	0,65%	28	Таиланд	0,03%
4	Украина	0,58%	29	Туркмениа	0,03%
5	Италия	0,35%	30	Великобритания	0,02%
6	Узбекистан	0,25%	31	Финляндия	0,02%
7	Германия	0,20%	32	Абхазия	0,02%
8	Китай	0,17%	33	Болгария	0,02%
9	Польша	0,15%	34	Венгрия	0,02%
10	Молдавия	0,13%	35	Румыния	0,02%
11	Азербайджан	0,12%	36	Швейцария	0,02%
12	Киргизия	0,12%	37	Австрия	0,01%
13	Армения	0,10%	38	Грузия	0,01%
14	Турция	0,09%	39	Дания	0,01%
15	Чехия	0,08%	40	Израиль	0,01%
16	Франция	0,06%	41	Иран	0,01%
17	Республика Корея	0,06%	42	Кипр	0,01%
18	Латвия	0,05%	43	Словения	0,01%
19	Испания	0,04%	44	Греция	<0,01%
20	Таджикистан	0,04%	45	Индия	<0,01%
21	Бельгия	0,04%	46	Канада	<0,01%
22	Нидерланды	0,04%	47	Малайзия	<0,01%
23	Эстония	0,03%	48	Саудовская Аравия	<0,01%
24	Словакия	0,03%	49	Хорватия	<0,01%
25	Литва	0,03%	50	Швеция	<0,01%

### Доля иностранных посетителей и посетителей из регионов России

Доля посетителей из Москвы и Московской области на выставке Aqua-Therm Moscow 2016 составила 63%, из других регионов – 32% (в 2015 году – 33%). Общее количество регионов, которые представляли посетители выставки, составило 80 (в 2015 году – 79).

Табл. 3. Доля посетителей из регионов России и общее количество регионов на выставке в 2014–2016 гг.

	2014	2015	2016
Доля посетителей из регионов России (за исключением Москвы и МО)	31%	33%	32%
Общее количество регионов, которые представляли посетители	78	79	80

**Табл. 4. Доля иностранных посетителей и посетителей из регионов России на выставке Aqua-Therm Moscow 2016\***

№	Регион	%	№	Регион	%
	<b>Иностранные посетители</b>	<b>5,14%</b>	41	Калининградская область	0,25%
1	Москва, Московская область	63,11%	42	Курская область	0,25%
2	Санкт-Петербург, Лен. область	2,68%	43	Тамбовская область	0,24%
3	Нижегородская область	1,60%	44	Алтайский край	0,23%
4	Тульская область	1,55%	45	Омская область	0,22%
5	Владимирская область	1,37%	46	Республика Мордовия	0,21%
6	Калужская область	1,16%	47	Архангельская область	0,20%
7	Ярославская область	1,13%	48	Красноярский край	0,18%
8	Ростовская область	1,10%	49	Приморский край	0,16%
9	Республика Татарстан	1,01%	50	Иркутская область	0,15%
10	Тверская область	1,00%	51	Республика Коми	0,12%
11	Свердловская область	0,96%	52	Республика Марий Эл	0,12%
12	Краснодарский край	0,92%	53	Ханты-Мансийский АО	0,11%
13	Рязанская область	0,91%	54	Кемеровская область	0,11%
14	Воронежская область	0,86%	55	Хабаровский край	0,10%
15	Самарская область	0,84%	56	Чеченская Республика	0,10%
16	Смоленская область	0,68%	57	Республика Саха (Якутия)	0,10%
17	Саратовская область	0,64%	58	Новгородская область	0,09%
18	Челябинская область	0,60%	59	Псковская область	0,09%
19	Ивановская область	0,57%	60	Республика Карелия	0,09%
20	Республика Крым	0,55%	61	Республика Сев. Осетия	0,08%
21	Ставропольский край	0,55%	62	Томская область	0,08%
22	Белгородская область	0,53%	63	Курганская область	0,05%
23	Брянская область	0,47%	64	Севастополь	0,05%
24	Чувашская Республика	0,43%	65	Кабардино-Балкарская Респ.	0,05%
25	Пермский край	0,43%	66	Камчатский край	0,05%
26	Республика Дагестан	0,42%	67	Сахалинская область	0,05%
27	Пензенская область	0,41%	68	Республика Бурятия	0,04%
28	Волгоградская область	0,40%	69	Карачаево-Черкесская Респ.	0,03%
29	Удмуртская Республика	0,40%	70	Забайкальский край	0,03%
30	Липецкая область	0,40%	71	Мурманская область	0,02%
31	Костромская область	0,40%	72	Республика Калмыкия	0,02%
32	Орловская область	0,40%	73	Амурская область	0,02%
33	Вологодская область	0,39%	74	Магаданская область	0,02%
34	Республика Башкортостан	0,38%	75	Ямало-Ненецкий АО	0,02%
35	Новосибирская область	0,37%	76	Республика Ингушетия	0,01%
36	Ульяновская область	0,33%	77	Республика Хакасия	0,01%
37	Кировская область	0,33%	78	Республика Адыгея	0,01%
38	Тюменская область	0,32%	79	Республика Алтай	0,01%
39	Астраханская область	0,26%	80	Еврейская АО	0,00%
40	Оренбургская область	0,26%			

Другие регионы с наибольшей представленностью (за исключением Москвы и Московской области):

- Санкт-Петербург, Ленинградская область – 2,7% (2,4% в 2015)
- Нижегородская область – 1,6% (1,7% в 2015)
- Тульская область – 1,6% (1,7% в 2015)
- Владимирская область – 1,4% (1,5% в 2015)

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ПО ЦЕЛИ ПОСЕЩЕНИЯ ВЫСТАВКИ

48% посетителей выставки Aqua-Therm Moscow 2016 пришли на выставку с целью поиска товара или услуг для бизнеса, 27% – с целью получения общей отраслевой информации, 8% – с целью продвижения собственных товаров и услуг. С образовательными целями выставку посетили 2% посетителей, с личным интересом – 15%.

Рис. 3. Распределение посетителей Aqua-Therm Moscow 2016 по цели посещения выставки



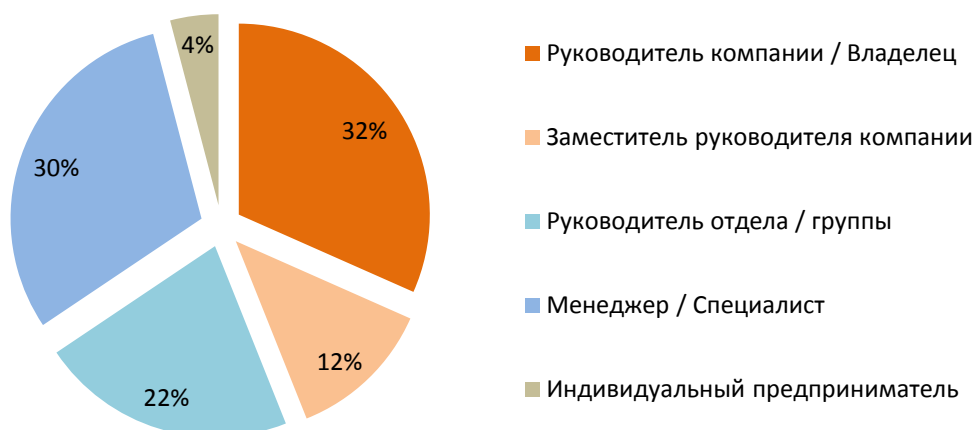
## ПРОФИЛЬ ПОСЕТИТЕЛЕЙ-СПЕЦИАЛИСТОВ

### Распределение посетителей по уровню должности

Вопрос задавался только тем, кто посетил выставку с целью поиска продукции и услуг для бизнеса, с целью получения общей отраслевой информации или с целью продвижения собственных товаров и услуг.

Доля первых лиц компании (включая индивидуальных предпринимателей) среди посетителей выставки, пришедших с целью поиска товаров услуг для бизнеса, составила 44%, среди тех, кто посетил с целью получения общей отраслевой информации – 24%, с целью продвижения собственных товаров и услуг – 22%.

Рис. 4. Распределение посетителей выставки Aqua-Therm Moscow 2016 по уровню должности





## Вид деятельности компаний, которые представляли посетители

Вопрос задавался только тем, кто посетил выставку с целью поиска продукции и услуг для бизнеса, с целью получения общей отраслевой информации или с целью продвижения собственных товаров и услуг.

Большинство посетителей выставки Aqua-Therm Moscow 2016 являются представителями предприятий оптовой торговли (29%) и компаний, оказывающих услуги по проектированию и монтажу инженерных систем и оборудования (20%). Среди посетителей, пришедших с целью поиска товара или услуг для бизнеса, значительную долю составили представители предприятий розничной торговли (22%), а среди пришедших с целью продвижения собственных товаров и услуг – представители производителей оборудования (22%).

Рис. 5. Вид деятельности компаний, которые представляли посетители Aqua-Therm Moscow 2016\*



Вариант «другое» выбрали в основном представители компаний, оказывающих транспортно-логистические услуги и услуги по таможенному оформлению.

Также выставку посетили представители компаний-производителей: пластиковых, полимерных, полиэтиленовых и полипропиленовых труб и фитингов; продуктов питания, напитков и ингредиентов; металлических изделий и металлоконструкций; сантехники и комплектующих; отопительного и котельного оборудования; фильтров (в т.ч. бытовых); химических продуктов (в т.ч. для бассейнов); отводов и фитингов (латунных, резьбовых, компрессионных); травмобезопасных покрытий; медицинских изделий; теплоизоляции (в т.ч. для труб); изделий из пластмасс и силикона; упаковки; строительных материалов; полотенцесушителей из нержавеющей стали; радиаторов отопления.

Также посетители указывали следующие виды деятельности: сертификация; выставочная деятельность (в т.ч. застройка стендов); проектирование, строительство и монтаж (бассейнов, бань, саун, аквапарков, инженерных систем и оборудования, систем вентиляции и кондиционирования, дымоходных систем, систем водоочистки, отопления и водоснабжения, комплексное строительство); научная, научно-производственная, исследовательская и образовательная деятельность; маркетинг, реклама и PR; консалтинг; банковские и финансовые услуги; полиграфия.

Выставку посещали также сотрудники бассейнов, фитнес клубов, аквапарков и банных комплексов; представители компаний по ремонту и обслуживанию отопительного, котельного, газового оборудования; дизайнеры; представители компаний-девелоперов; компаний, занимающихся газификацией и газоснабжением; инжинирингом; гостиничным и ресторанным бизнесом; теплоснабжением; машиностроением; а также бурением и оборудованием скважин.

## Специализация торговых и производственных компаний

Вопрос задавался только представителям производственных предприятий, дистрибьюторам и импортерам, а также представителям предприятий оптовой и розничной торговли.

Большинство торговых предприятий занимаются продажей отопительного оборудования (65% оптовых предприятий и 77% розничных компаний) и оборудования для водоснабжения, водоочистки и водоподготовки (53% оптовых компаний и 67% розничных компаний). Компании розничной торговли также специализируются на продаже насосного оборудования (55%) и трубопроводной арматуры (54%).

Большинство производственных предприятий занимаются производством отопительного оборудования (46%) и оборудования для водоснабжения, водоочистки и водоподготовки (32%).

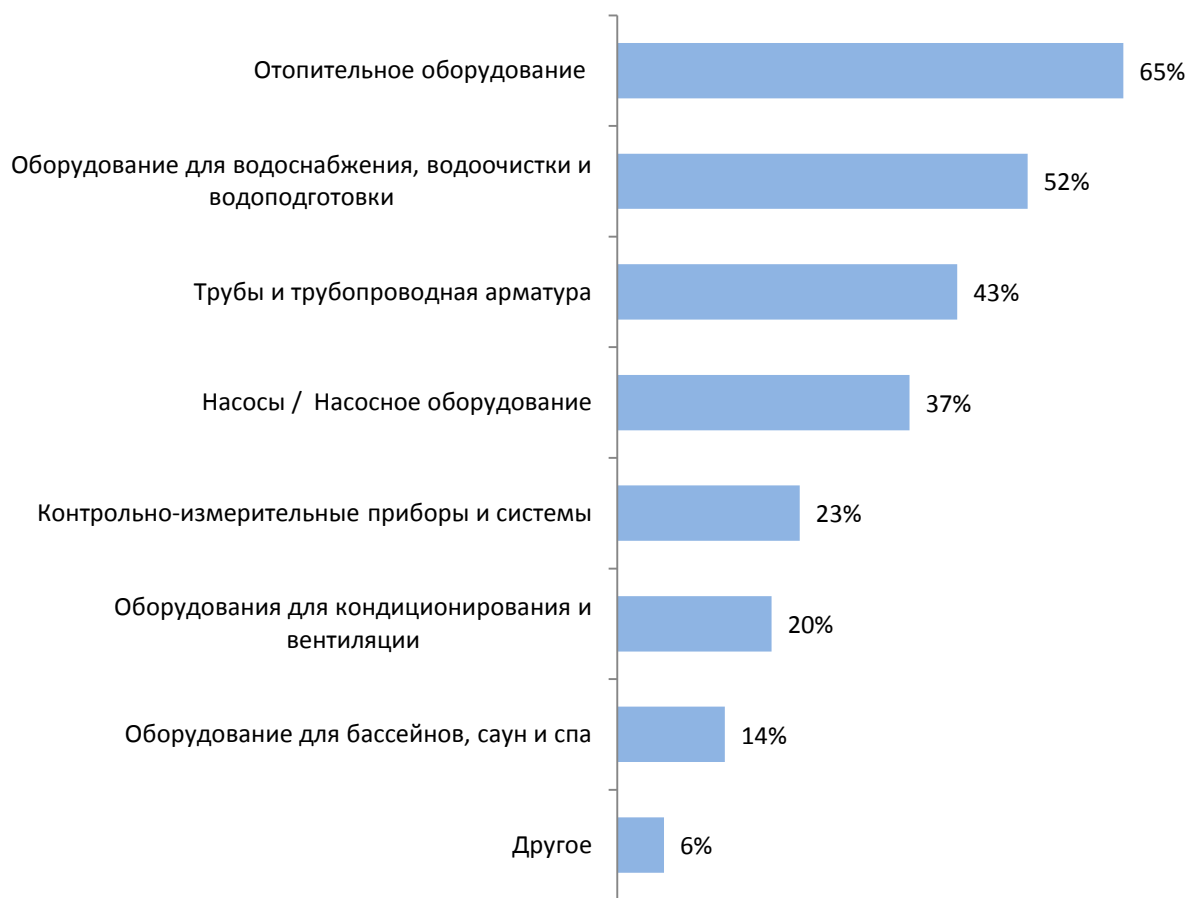
В комментариях к варианту «другое» представители торговых компаний указали, что занимаются продажей сантехнического оборудования, мебели для ванных комнат, строительных материалов (в т.ч. отделочных, теплоизоляционных, уплотнительных материалов и строительной химии), крепежа и упаковочных материалов. Представители производственных предприятий в комментариях к варианту «другое» чаще всего указывали машиностроение и производство оборудования.

**Табл. 5. Специализация торговых и производственных компаний среди посетителей выставки Aqua-Therm Moscow 2016\***

Специализация	Оптовая торговля	Розничная торговля	Производство оборудования	Дистрибьютор / импортер	В целом
Отопительное оборудование	65%	77%	46%	57%	65%
Оборудование для водоснабжения, водоочистки и водоподготовки	53%	67%	32%	42%	52%
Трубы и трубопроводная арматура	47%	54%	18%	34%	43%
Насосы / Насосное оборудование	37%	55%	14%	27%	37%
Контрольно-измерительные приборы и системы	23%	32%	14%	15%	23%
Оборудования для кондиционирования и вентиляции	17%	26%	19%	22%	20%
Оборудование для бассейнов, саун и спа	12%	20%	7%	14%	14%
Другое	7%	3%	7%	9%	6%

\* В анкете посетителя использовался вопрос с множественным выбором ответов.

**Рис. 6. Специализация торговых и производственных компаний среди посетителей выставки Aqua-Therm Moscow 2016\***



\*В анкете посетителя использовался вопрос с множественным выбором ответов.

## ИНТЕРЕСУЮЩАЯ ПРОДУКЦИЯ

Большинство посетителей выставки Aqua-Therm Moscow 2016 интересовали оборудование и материалы для отопления (74) и водоснабжения (60%).

Рис. 7. Интересующая продукция на выставке Aqua-Therm Moscow 2016\*

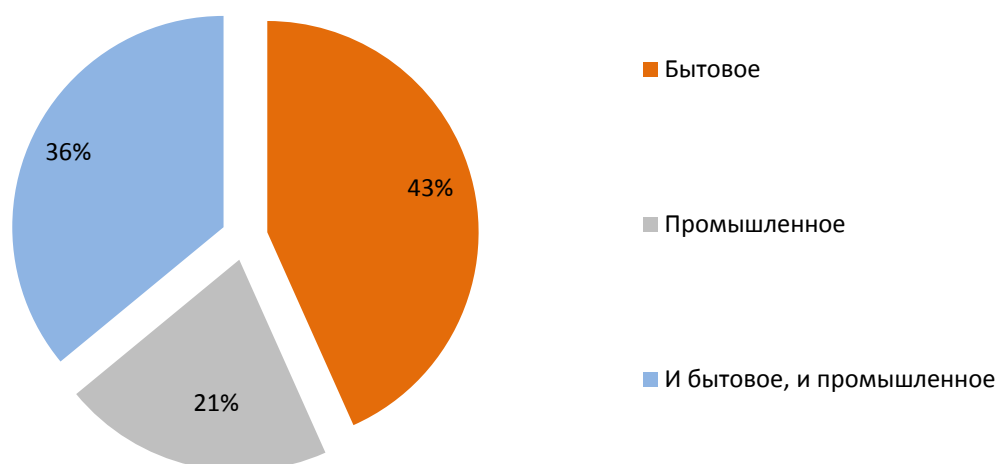


\* В анкете посетителя использовался вопрос с множественным выбором ответов.

## ИНТЕРЕСУЮЩИЙ ТИП ОБОРУДОВАНИЯ

43% посетителей выставки Aqua-Therm Moscow 2016 интересовало только бытовое оборудование, 21% - только промышленное. 36% посетителей интересовало любое назначение оборудования.

Рис. 8. Тип оборудования, интересовавший посетителей Aqua-Therm Moscow 2016\*



## ПОСЕЩЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ ДЕЛОВОЙ ПРОГРАММЫ

В рамках выставки Aqua-Therm Moscow 2016 проводились мероприятия деловой программы, посетители которых были учтены с помощью специальных сканеров, установленных при входе в залы. Общее количество уникальных посетителей мероприятий деловой программы составило 542 человека, что составляет 2% посетителей выставки. При этом каждый из них мог посетить несколько мероприятий. В таблице ниже представлено количество посетителей по каждому мероприятию.

**Табл. 6. Посещение мероприятий деловой программы в рамках Aqua-Therm Moscow 2016\***

Дата	Конференц-зал	Мероприятие	Количество посетителей
03.фев	№1	Симпозиум «Эффективные системы отопления в сочетании с возобновляемыми источниками энергии»	124
	№5	Конференция «Энергоэффективность и безопасность систем теплоснабжения и водоснабжения»	273
	№6	Конференция «Мир воды»	160
04.фев	№6	Конференция «Тепловые насосы большой мощности: внедрение и эксплуатация»	172

\* Данные в таблице представлены на основании показателей сканеров (перед входом в конференц-зал сканировались бейджи входящих)