



ХАРАКТЕРИСТИКА МІЖНАРОДНОЇ ПРОМИСЛОВОЇ ВИСТАВКИ «АГРОВЕСНА 2020»

Виконала:
Поправка Ольга,
студентка 1 курсу магістратури,
ІЗА, 2020-2021 н.р.

ТРИРІВНЕВА МОДЕЛЬ ВИСТАВКИ ЯК ТОВАРУ

Виставка за задумом:

Міжнародна агропромислова виставка, яка посідає головне місце серед спеціалізованих виставкових заходів України.

Захід об'єднує провідних постачальників обладнання, дилерів та представників виробничого сектору як зернового ринку України, так і компанії міжнародного формату. Значний досвід організаторів та сучасний виставковий комплекс створюють оптимальні можливості для діалогу між виробниками технологічних рішень, фахівцями сільськогосподарських підприємств, керівниками господарств різних категорій та представниками влади. Це сприяє ефективному пошуку нових партнерів, обміну сучасним досвідом та просуванню світових трендів на ринку України.



Виставка у реальному вигляді

Що? Найбільша весняна міжнародна виставкова подія України «АгроВесна 2020» разом з першокласними виставками: «Зернові технології», Agro Animal Show та «Фрукти. Овочі. Логістика».

Де? У МІЖНАРОДНОМУ ВИСТАВКОВОМУ ЦЕНТРІ.

Коли? 18-20 лютого 2020 року.

АгроВесна 2020 – це:

27 200 кв.м виставкової площі

500 провідних компаній,
162 іноземних з 24 країни

6 національних експозицій
та 1 колективна експозиція

більше 30 бізнес-заходів

18 646 професійних
відвідувачів (з 39 країн)

21 022 відвідувань

Агровесна
починається

РАЗОМ З МІЖНАРОДНИМИ ВИСТАВКАМИ

18-20
ЛЮТОГО
2020



МВЦ, Київ

М ЛІВОБЕРЕЖНА

Учасниками виставок стали понад 500 компаній з 24 країн світу, а саме: Австрія, Бельгія, Білорусь, Велика Британія, Данія, Індія, Іспанія, Італія, Китай, Латвія, Литва, Нідерланди, Німеччина, Південна Корея, Польща, США, Туреччина, Угорщина, Україна, Фінляндія, Франція, Чехія, Швеція, Швейцарія. Цього року свої національні експозиції представили Австрія, Велика Британія, Данія, Нідерланди, Німеччина та Франція. Туреччина була представлена колективною експозицією.

Виставка з підкріпленням:

- додаткові послуги (консультації);
- супровідні заходи (семінари, форуми тощо);
- маркетингові дослідження
- післявиставковий сервіс



Вид:

Бізнес для бізнесу + бізнес для споживача. Тобто під час цієї виставки розглядаються як комерційні, так і некомерційні аспекти.

Класифікація:

1. За географічним складом: Міжнародна.
2. За тематикою: спеціалізована - багатогалузева (садівництво, зернові технології, добрива тощо).
3. За значимістю: всеукраїнське значення.
4. За територіальною ознакою: національна (організатор - Україна).
5. За часом функціонування: короткострокова.

За частотою: щорічна (проводиться у лютому).

Призначення: торговий ярмарок.

За напрямками роботи: торгова, інформативна, комунікаційна.

За видами пропозицій: багатогалузева.

Мотиви участі у виставці: пошук нових клієнтів, партнерів, спонсорів, формування іміджу, роз'яснення особливостей сільськогосподарського продукту чи демонстрування деяких товарів та послуг.

ФУНКЦІЇ ВИСТАВКИ



Інформаційна + навчальна

- в рамках виставки «Зернові технології» пройшов дводенний Зерновий індустріальний форум. Борошно. Переробка;
- в рамках виставки Agro Animal Show з надзвичайним успіхом відбувся флагманський триденний бізнес-форум Agro Animal IT Forum;
- в рамках Agro Animal Show відбулась Міжнародна конференція «Ефективне птахівництво»;
- вперше пройшов «Агрохімічний квартал», який включав 3 тематичні напрями: День добрив - 18 лютого; День насіння та засобів захисту рослин - 19 лютого; День біотехнологій - 20 лютого;
- День молодого спеціаліста: В СТИЛІ «АГРОКЕБЕТИ». Понад 300 мотивованих та надзвичайно талановитих студентів відвідало захід.

Міжнародна

- 19 лютого в рамках «АгроВесна 2020» пройшов вже традиційний топ-захід - **День Франції в Україні**. Цьогоріч експерти сфокусувалися навколо дуже цікавої теми «Агробізнес у нових реаліях».
- Також 19 лютого в рамках «АгроВесна 2020» традиційно відбувся **День Німеччини**. Цього року в рамках заходу експерти розповіли про пропозиції німецьких партнерів щодо розвитку аграрного сектору в Україні та про актуальні агрополітичні виклики тваринництва в Німеччині.
- За підтримки комерційного відділу Посольства Великої Британії відбувся 6-й **Британсько-український форум «Ефективна молочна ферма»**. Серед спікерів були як британські, так і українські статусні експерти в молочній галузі.



Маркетингова

В рамках міжнародної виставки «Фрукти. Овочі. Логістика» асоціація «Укрсадпром» провела загальні збори членів Асоціації. Особливу увагу відвідувачів виставки привернули компанії-експоненти, що представили вкрай актуальні напрямки виробництва: **Переробка та промисловий холод, Тара та пакування, Іригація та крапельне зрошення.**



Юрій Громик, CEO «Барський сад», вперше брав участь у виставці «Фрукти. Овочі. Логістика» і не приховував свого захоплення: **«Ми реально задоволені, багато цільових клієнтів. Нам все сподобалось. Організація супер. Будемо 100% співпрацювати й на наступний рік».**



Комунікаційна + комерційна

В рамках форуму «Агрохімічний квартал», який тривав 18-20 лютого, експерти агрохімічного ринку розповіли про революційні рішення на ринку комплексних добрив. Захід відвідали фермери, виробники, дистриб'ютори мінеральних добрив.

Під час форуму працював консультаційний центр, де кожен аграрій міг отримати відповіді на всі питання щодо застосування агрохімії в своїй виробничій діяльності.



Макроекономічна

В рамках «Зернового індустріального форуму.Борошно. Переробка» Леонід Козаченко, президент Української аграрної конфедерації підкреслив, що Україна зараз друга у світовому рейтингу експортерів зерна.

Соціальна

«АгроВесна» - чи ненаймасштабніший захід у сфері сільського господарства. У 2020 році він відбувся у Міжнародному виставковому центрі. Щоб провести захід таких розмірів, необхідна не одна сотня людей, які займаються монтажем, прибиранням, охороною, організацією тощо. Окрім цього, під час виставки, представники сфери спілкувалися з лідерами думок, провідними компаніями агробізнесу тощо, знаходячи нові контакти та можливості для себе.



ЕФЕКТИ ВИСТАВКИ

Прямий:

1. Первинний - гості заходу отримують корисну інформацію під час семінарів, форумів, особистісного спілкування з лідерами думок.
2. Вторинний - після спілкування учасників із гостями заходу, збільшується попит на продукцію тієї чи іншої компанії, а також кількість партнерів, кадрів.



Непрямий:

- 1. Соціально-економічний, прямий - створення робочих місць.
- 2. Економічний - збільшення попиту на товари сільського господарства, попит на використання послуг компаній, які брали участь в організації заходу.
- 3. Бюджетний - надходження коштів до місцевого бюджету.



ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!