

2026

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ

выставочной экспозиции
и фестивальной программы

RUSTRAVELFORUM.COM



АУДИТОРИЯ ФОРУМА 2026 — ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ ЭКСПОНЕНТОВ

Экспонент получает доступ не к случайному потоку посетителей, а к разнообразной аудитории, внутри которой можно выделить конкретные сегменты покупателей и выстроить с ними прямую коммуникацию.

АУДИТОРИЯ ФОРУМА



ЗНАКОМСТВО С ПРОДУКТОМ



ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ НА СТЕНДЕ



КОНТАКТ / ЗАЯВКА / ДАЛЬНЕЙШАЯ КОММУНИКАЦИЯ



МАСШТАБ, КОТОРЫЙ ПРЕВРАЩАЕТСЯ В НОВЫЕ КОНТАКТЫ

511 000
посетителей

Данные о посетителях сформированы на основе аналитики МТС за период проведения Международного туристического форума «Путешествуй!» с учетом установленных временных, территориальных и возрастных параметров исследования.

10
июня,
ср

15,2%

11
июня,
чт

17,5%

12
июня,
пт

30,6%
МАКСИМАЛЬНЫЙ ПОТОК —
БОЛЕЕ 156 ТЫС. ВИЗИТОВ
ЗА ДЕНЬ

13
июня,
сб

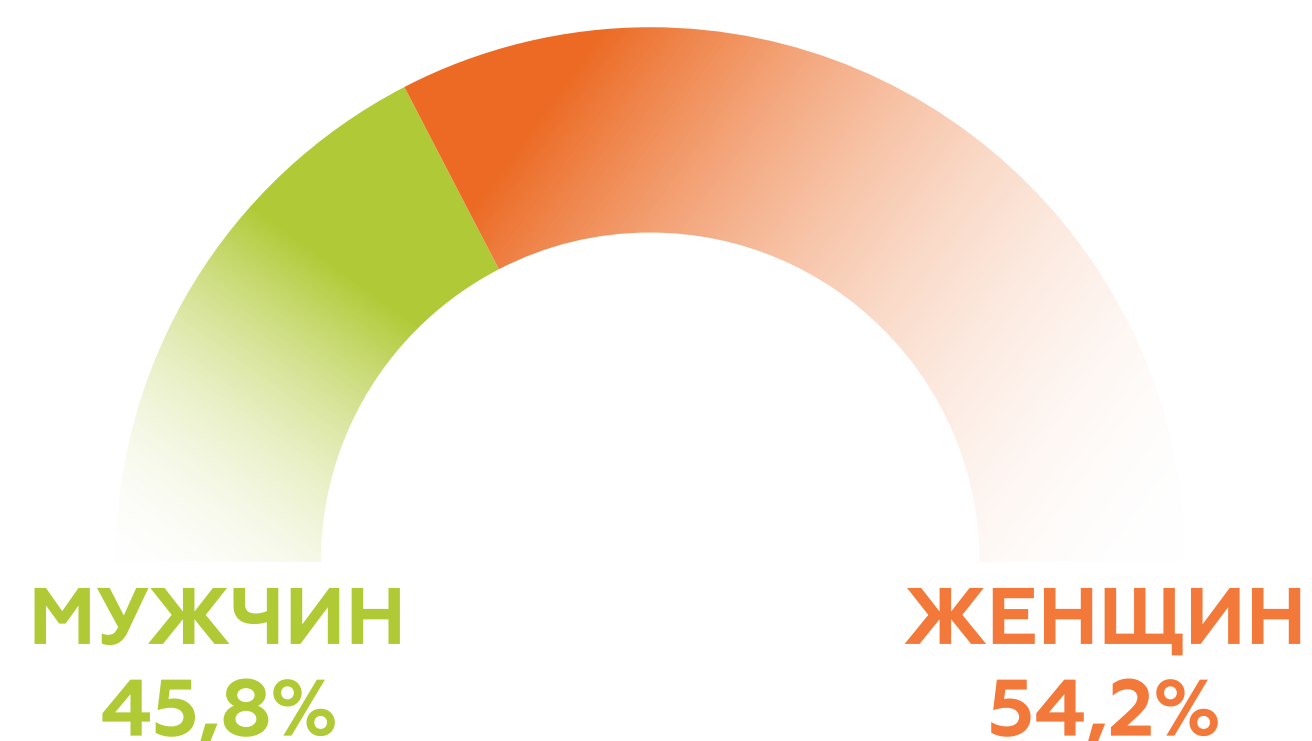
20,3%

14
июня,
вс

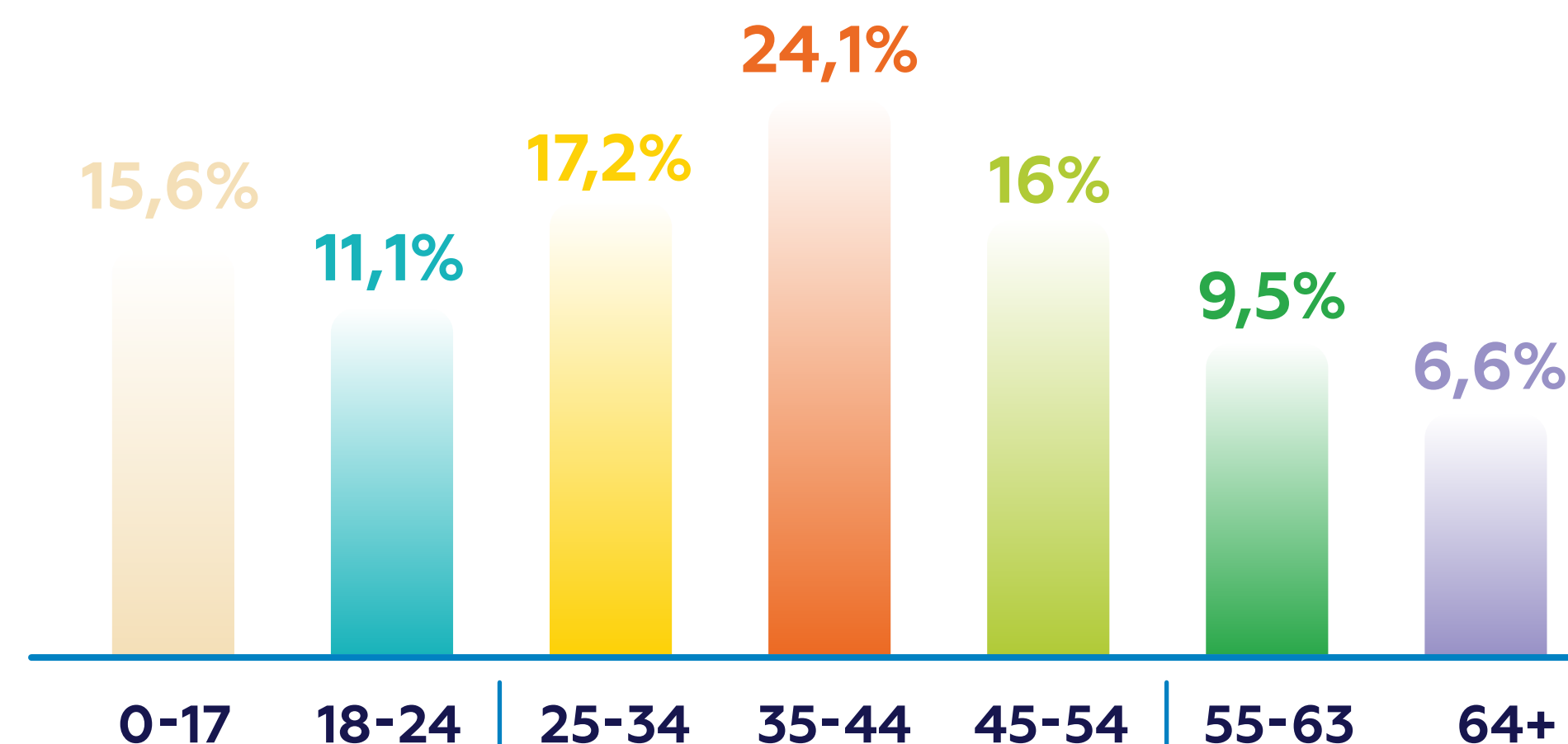
16,4%

Большой поток посетителей позволяет экспоненту одновременно решать несколько задач: повышать узнаваемость, расширять базу клиентов, презентовать туристические продукты и получать обратную связь от потенциальных покупателей.

ЯДРО АУДИТОРИИ — ЭКОНОМИЧЕСКИ АКТИВНЫЕ ПОСЕТИТЕЛИ



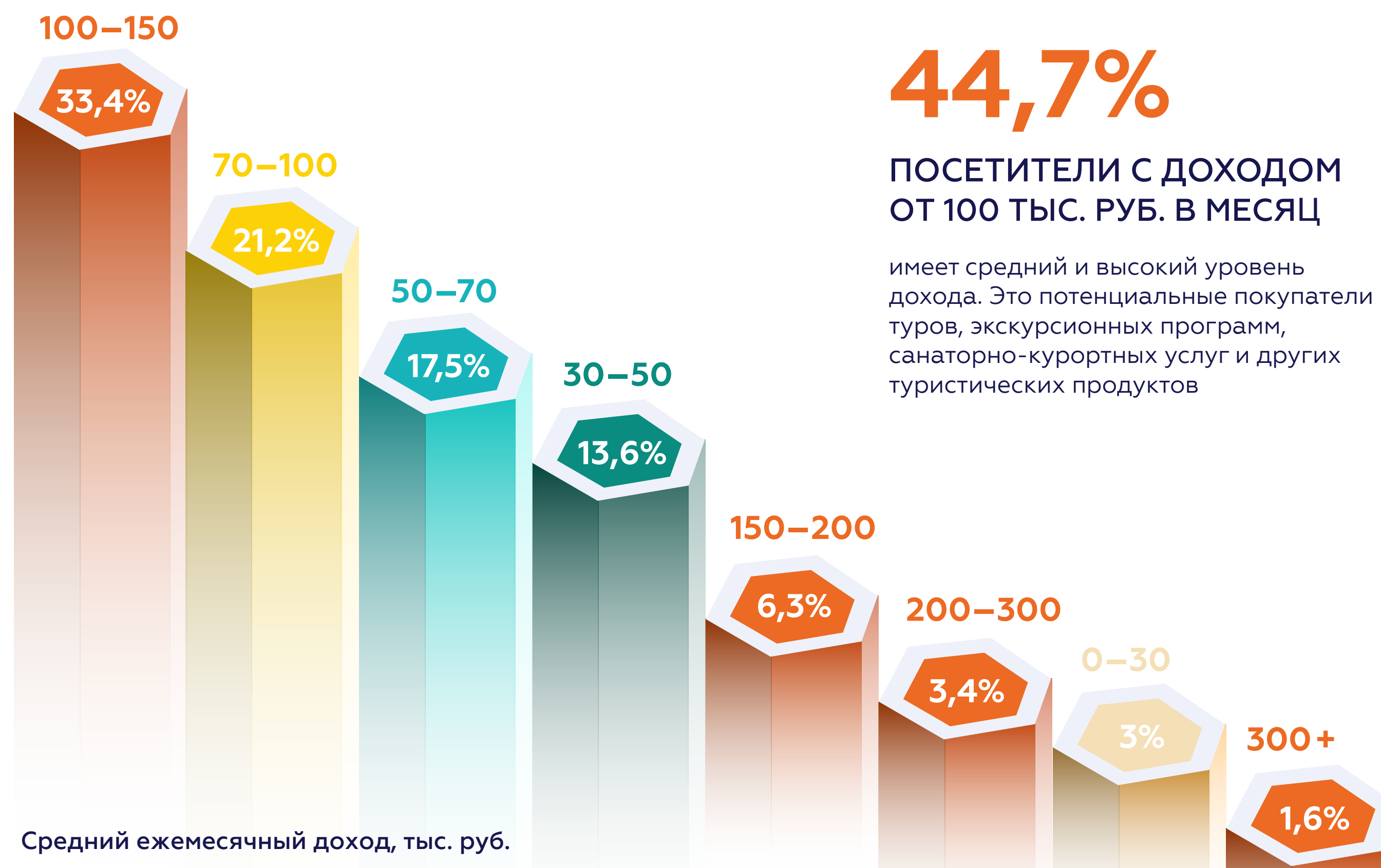
«ЕДЕМ СЮДА» — именно такое решение в 80% случаев принимают женщины. Высокая доля женской аудитории позволяет напрямую обращаться к тем, кто чаще всего определяет направление путешествия (по данным Forbes).



57,3% ОСНОВНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКИ
АКТИВНАЯ АУДИТОРИЯ

АУДИТОРИЯ

С РЕСУРСОМ ВЫСОКОЙ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ



ЧТО ЭТО ДАЕТ ЭКСПОНЕНТУ

- Продвижение продукции в различном ценовом сегменте – от массового туризма до премиальных индивидуальных предложений;
- Возможность продавать туристические услуги и продукты на площадке и презентовать новинки на полумиллионную аудиторию;
- Реализацию любых категорий товаров и услуг – от бронирования туров, предзаказов техники и оборудования для активного отдыха до масштабных продаж сувениров, мерча и гастрономии.

ФОРУМ ПРИВЛЕКАЕТ

АУДИТОРИЮ НЕ ТОЛЬКО МОСКВЫ

52%

жители 80 регионов России

41%

жители Москвы и МО

7%

иностранные граждане



СЕМЕЙНЫЙ ФОРМАТ

РАСШИРЯЕТ КОММЕРЧЕСКИЙ ОХВАТ ФОРУМА

ЯВЛЯЮТСЯ РОДИТЕЛЯМИ

25,8%

РОДИТЕЛИ + ДЕТИ → СЕМЕЙНЫЙ СПРОС

15,6%

ПОСЕТИТЕЛИ ДО 17 ЛЕТ

Один посетитель нередко принимает решения с учетом интересов всей семьи, формируя спрос сразу на несколько категорий товаров и услуг. Это делает семейную аудиторию привлекательной для широкого круга экспонентов — не только представителей туристической отрасли, но и компаний, предлагающих продукты и сервисы для повседневной жизни, отдыха и досуга.



ПОСЕТИТЕЛИ, ОТКРЫТЫЕ АКТИВНОМУ ТУРИЗМУ

53,8%

ведут здоровый
образ жизни

33,6%

являются
автомобилистами

ИНТЕРЕСЫ АУДИТОРИИ



АКТИВНЫЙ ТУРИЗМ



ОЗДОРОВЛЕНИЕ



АВТОПУТЕШЕСТВИЯ



ПРЕИМУЩЕСТВО ЭКСПОНЕНТА — ДЛИТЕЛЬНОСТЬ КАСАНИЯ С КЛИЕНТОМ

74,4%

ДО 2 ЧАСОВ

11,8%

2–3 ЧАСА

7,8%

>4 ЧАСОВ

6%

3–4 ЧАСА

ЧЕТВЕРТЬ АУДИТОРИИ
ПРОВОДИТ НА ФОРУМЕ
БОЛЕЕ 2 ЧАСОВ

Чем дольше посетитель находится на площадке, тем больше возможностей у экспонента выстроить полноценное взаимодействие с потенциальным клиентом — от первого знакомства с продуктом до получения контакта для дальнейшей коммуникации.



ВОВЛЕЧЕННАЯ АУДИТОРИЯ — БОЛЬШЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ЭКСПОНЕНТАМИ

МОБИЛЬНЫЙ ПУТЕВОДИТЕЛЬ ФОРУМА

25 700

пользователей зашли в
мобильный путеводитель

38

минут среднего времени
взаимодействия

1 575

уникальных участников использовали
персональные QR-коды на стендах



QR-коды становятся дополнительной точкой контакта между экспонентом и посетителем. Пользователи самостоятельно переходят к информации об участниках, знакомятся с их предложениями и получают материалы в цифровом формате.

КВЕСТ НА ПЛОЩАДКЕ ФОРУМА

3 221

участник

63 011

посещений точек квеста

до **1737**

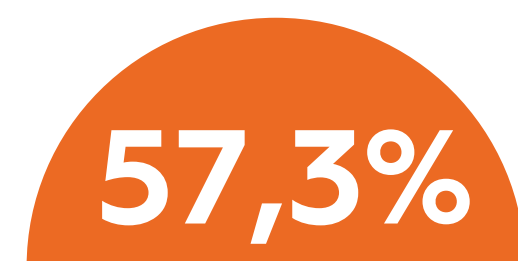
дополнительных посещений
экспонента участниками квеста



Игровая механика эффективно вовлекает посетителей в знакомство с экспозицией. Квест стимулирует дополнительный поток к стендам партнеров и экспонентов, увеличивает количество контактов с аудиторией и время взаимодействия на площадке.

ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ЭКСПОНЕНТОВ

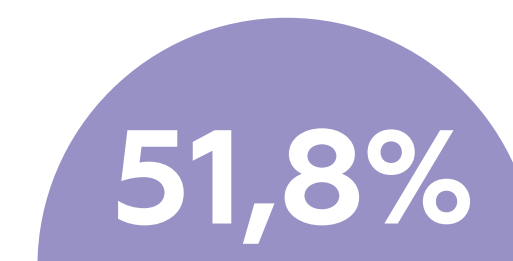
ЭКОНОМИЧЕСКИ АКТИВНЫЕ ПОСЕТИТЕЛИ



аудитории — люди
в возрасте 25–54 лет

Возможность представить туристические услуги и продукты потребления аудитории, которая самостоятельно принимает решение о покупке, сравнивает предложения и планирует будущие траты.

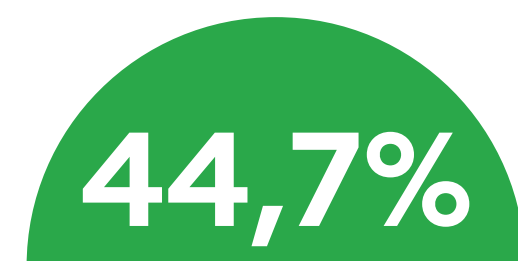
РЕГИОНАЛЬНЫЕ ГОСТИ



посетителей приехали
в Москву на ВДНХ из
других регионов России

Возможность представить услуги и продукцию на аудиторию со всей страны, расширить географию потенциальных клиентов и повысить узнаваемость туристического направления или бренда на федеральном уровне.

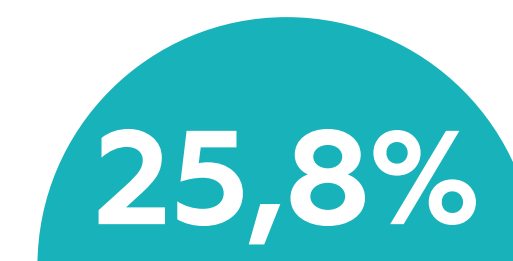
ПЛАТЁЖЕСПОСОБНАЯ АУДИТОРИЯ



имеют доход от 100 тыс. руб.
в месяц

Возможность продвигать более широкий спектр туристических услуг и продукцию, включая люксовый, индивидуальный туризм и дорогостоящую продукцию.

СЕМЕЙНАЯ АУДИТОРИЯ



родители, 15,6% —
посетители до 17 лет

Возможность продемонстрировать маршруты и детские программы для семейного отдыха: лагеря, санатории, объекты размещения, парки развлечений, продукцию для детей и семейного пользования.

АКТИВНАЯ АУДИТОРИЯ

53,8%

ведут здоровый образ
жизни

Возможность продвигать активный, экологический, спортивный и оздоровительный туризм, а также товары для ЗОЖ, спорта и активного отдыха.

АВТОМОБИЛИСТЫ

33,6%

аудитории

Возможность представить маршруты для автопутешествий, кемпинги, объекты придорожного сервиса, продукцию и экипировку для самостоятельных поездок, а также бренды производителей автомобилей, автодомов и кемперов.

ИНОСТРАННЫЕ ПОСЕТИТЕЛИ

2,8%

уникальных гостей

Возможность представить туристический потенциал международной аудитории и повысить узнаваемость территории среди зарубежных путешественников и партнеров.

