



## **АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ «ИнтерЮвелир-2016»**

В период с 20 по 24 июля в Гранд Отеле «Жемчужина» состоялась **XVI международная выставка ювелирной индустрии «ИнтерЮвелир-2016»**. В выставке приняли участие 152 компании, мероприятие посетили 6428 человек, из них: 15 % посетителей-специалистов. Выставочная площадь составила: нетто - 1730 кв.м.

### **Выставка прошла при поддержке:**

- Пробирной палаты России;
- Гильдии Ювелиров России;
- Ассоциации производителей бриллиантов России;
- Донской Государственной инспекции пробирного надзора;
- Гильдии Ювелиров ЮФО;
- Творческого Союза Художников России;
- Международной Ассоциации «Союз дизайнеров»;
- Российской Гильдии огранщиков;
- Торгово-промышленной палаты Краснодарского края;
- Администрации г. Сочи;
- Торгово-промышленной палаты г. Сочи.

### **Официальный партнер выставки:**

ДОНЮВЕЛИР, Ростов-на-Дону;

### **Генеральный информационный партнер:**

ЭКСПО-ЮВЕЛИР, ИД «ЗОЛОТОЙ ПРОФИЛЬ», Ростов-на-Дону;  
Ювелир.INFO, Издательство «ЗОЛОТОЙ ПРОФИЛЬ», Ростов-на-Дону;  
UVELIR.NET - международный клуб-форум ювелиров, Ростов-на-Дону;

### **Информационный партнеры:**

КАТАЛОГ МИНЕРАЛОВ, Москва;

«ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗВЕСТИЯ» Ежедневная интернет-газета, Москва;

PROSVADBU.SU/Информационный свадебный портал, Краснодар;

«ХЭДХАНТЕР» ООО, Сочи;

«КУБАНСКИЕ ВЕДОМОСТИ», Краснодар;

«КУБАНЬ» Информационное агентство», Краснодар;

«На Кубани.ру» ООО, Краснодар;

«РАЙОН» Рекламно-информационный еженедельник, Сочи;

«ЭФКАТЕ» ОАО, Сочи;

«ЗОЛОТО СОЧИ» Городской Интернет-портал, Сочи;

EXROSOM.RU, Москва;

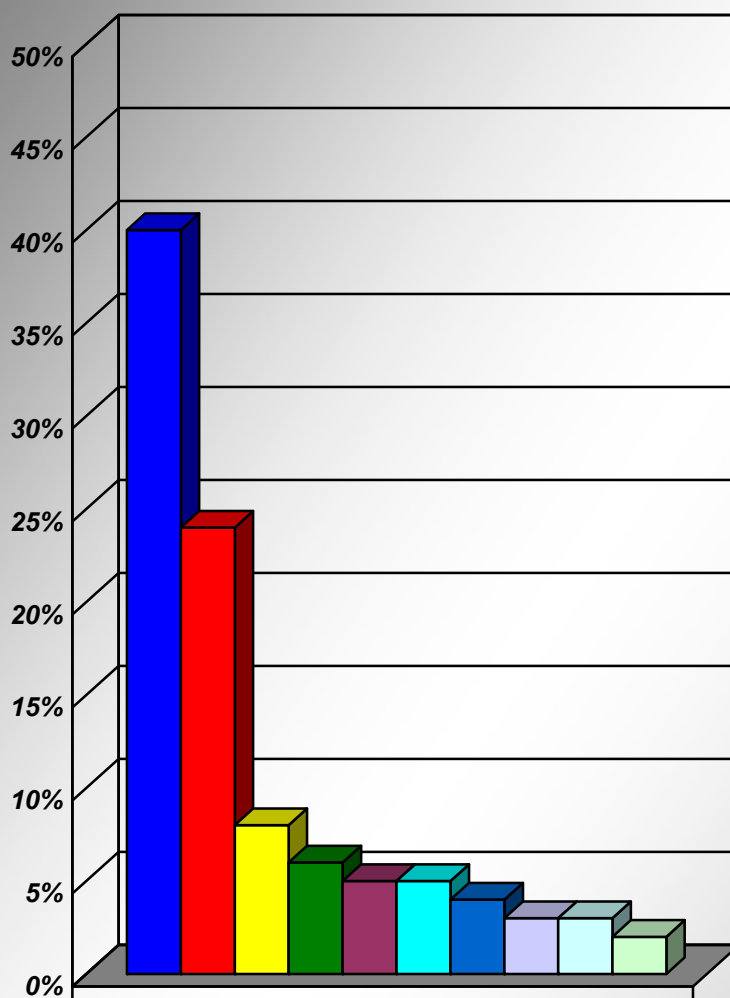
ЕхроМар.ru, Москва;

«МАКС ПОРТАЛ», Сочи;

«СВОБОДНАЯ ПРЕССА Издательский дом» ООО, Сочи.

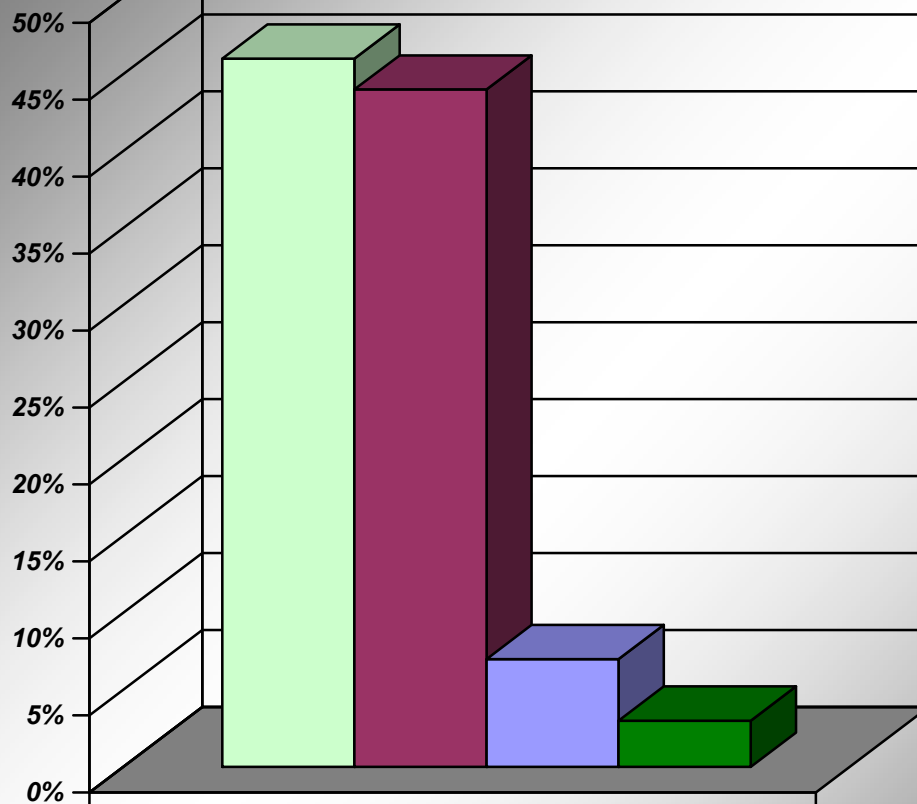
# І. УЧАСТНИКИ

## А. География участников



■ Центральный Федеральный Округ	40%
■ Южный Федеральный Округ	24%
■ Северо-Западный Федеральный Округ	8%
■ Дальневосточный Федеральный округ	6%
■ Сибирский Федеральный округ	5%
■ Уральский Федеральный округ	5%
■ Северо-Кавказский Федерльный округ	4%
■ Приволжский Федерльный округ	3%
■ Иностранные компании	3%
■ Крымский Федеральньй	2%

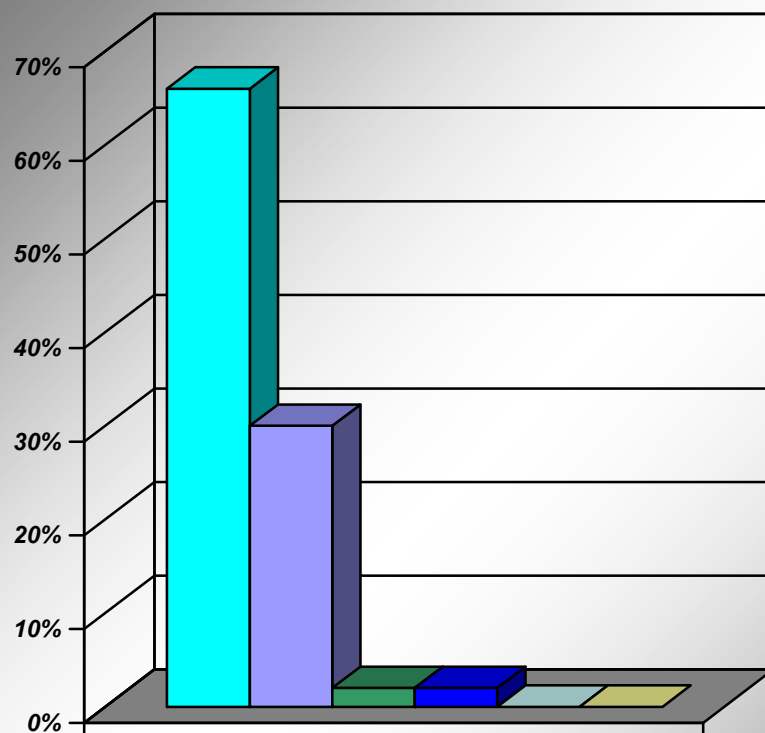
## В. Цели участия:



□ Привлечение новых клиентов	46%
■ Расширение рынков сбыта	44%
■ Ознакомление с новыми тенденциями отрасли	7%
■ Сравнить предложения конкурентов	3%

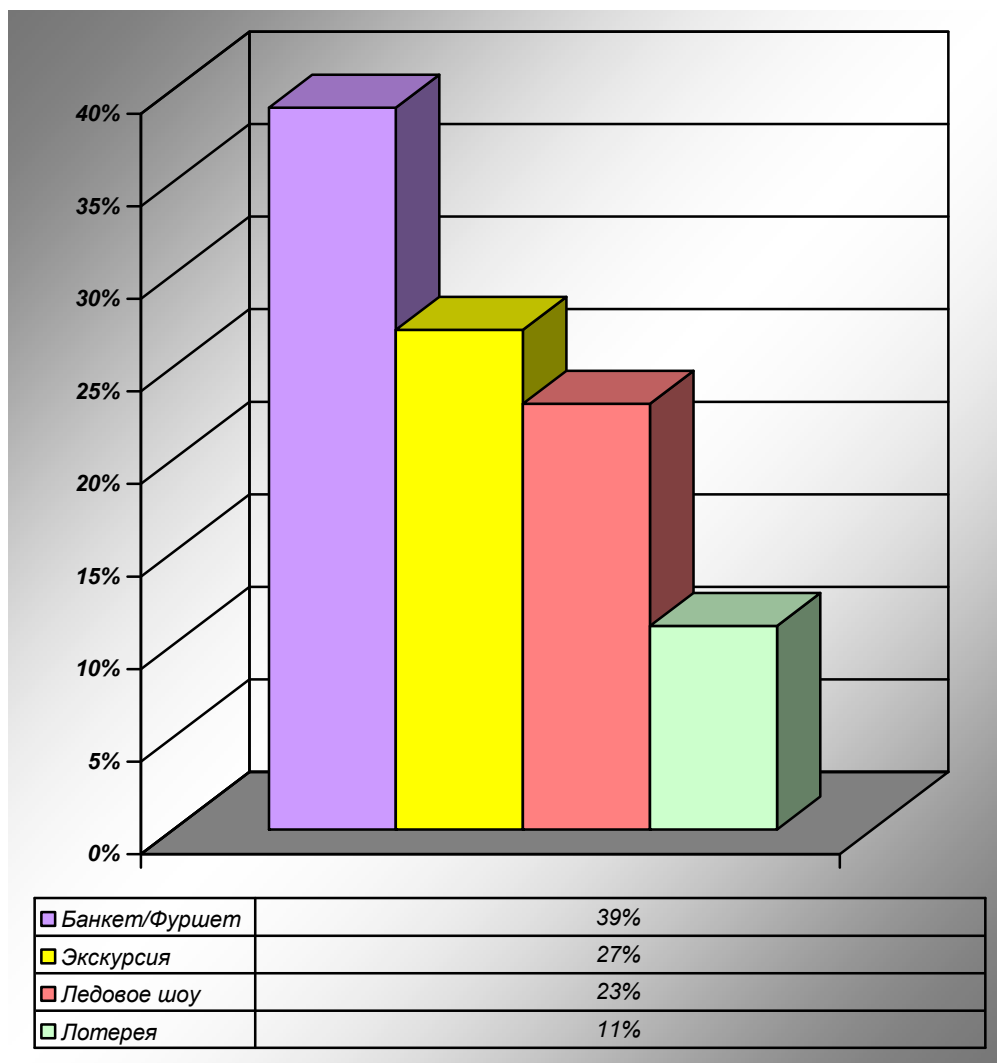


### С. Источники, из которых узнали о выставке:

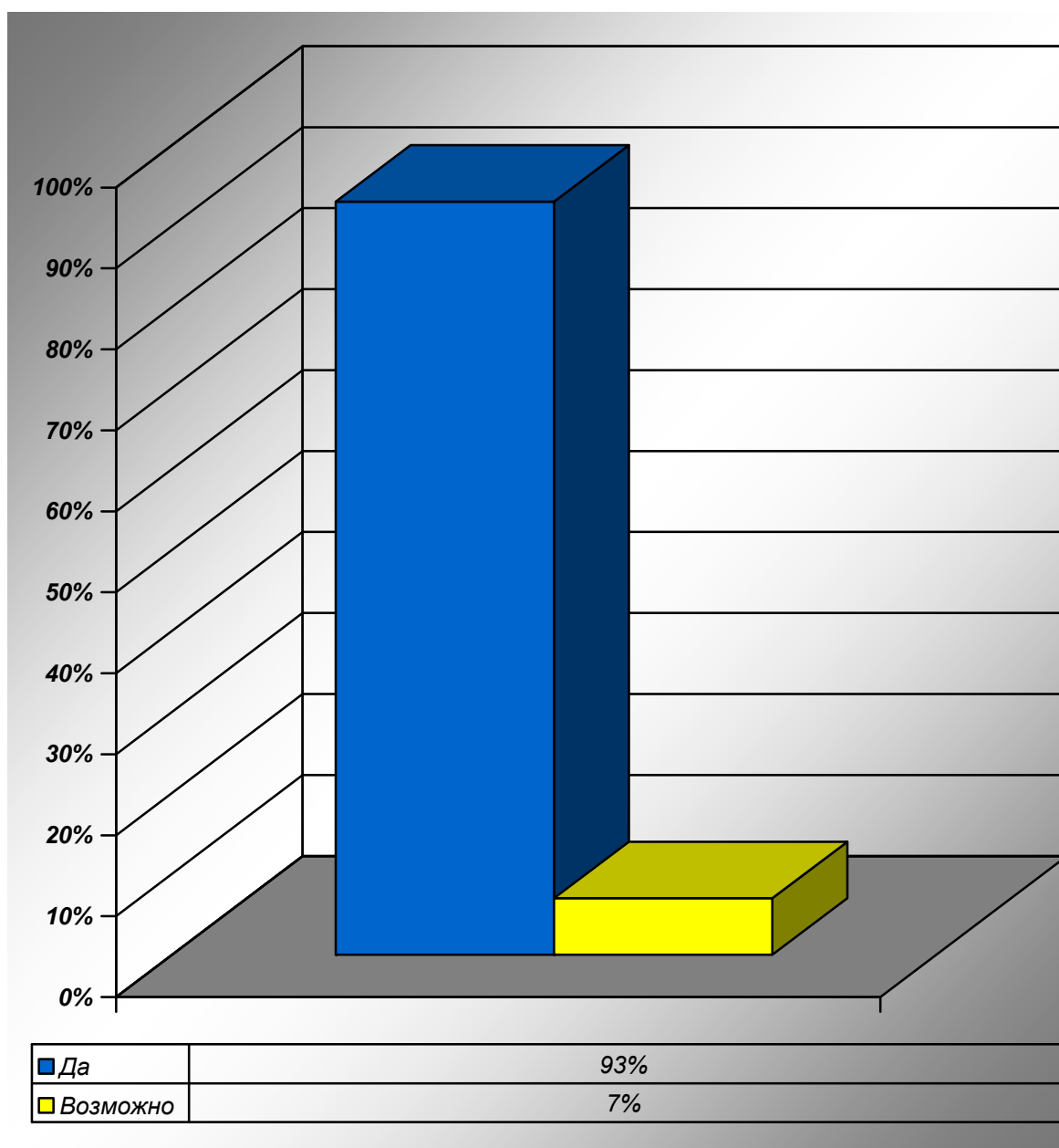


■ Приглашение организаторов	66%
■ Участвовали ранее	30%
■ Интернет	2%
■ ТВ и радио	2%
■ Информационная рассылка	0
■ Специализированные издания	0

**Д. Понравилась ли Вам программа мероприятий выставки?**

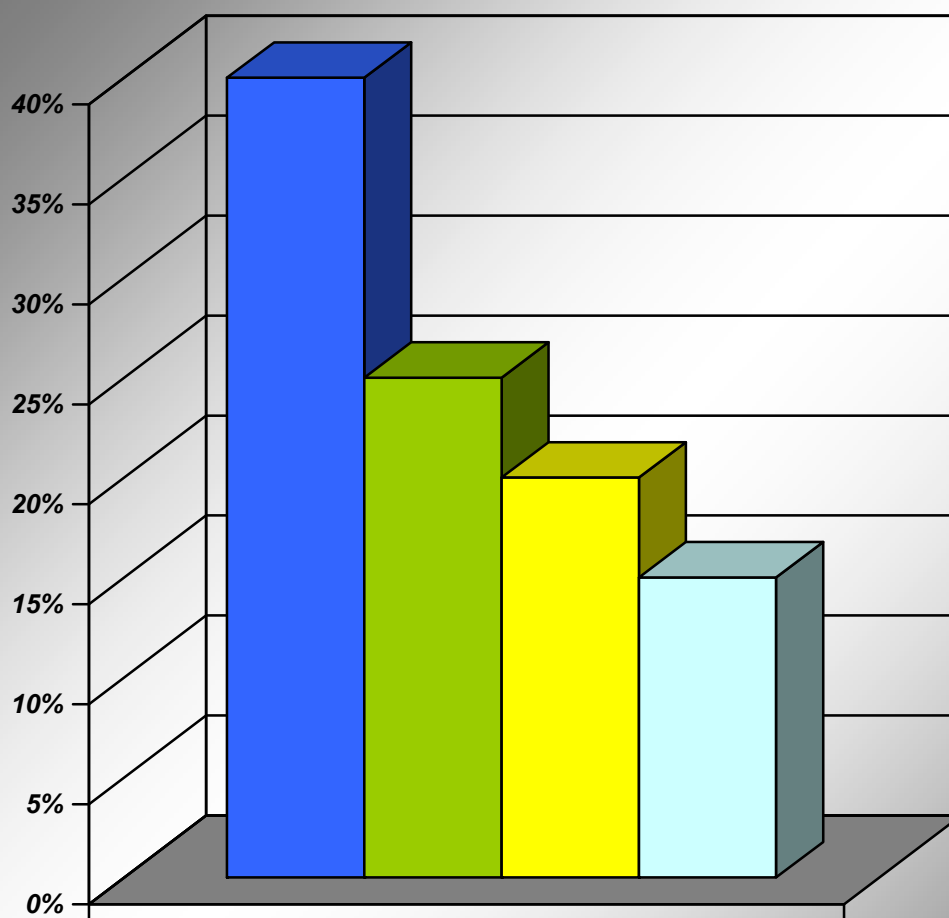


**Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?**



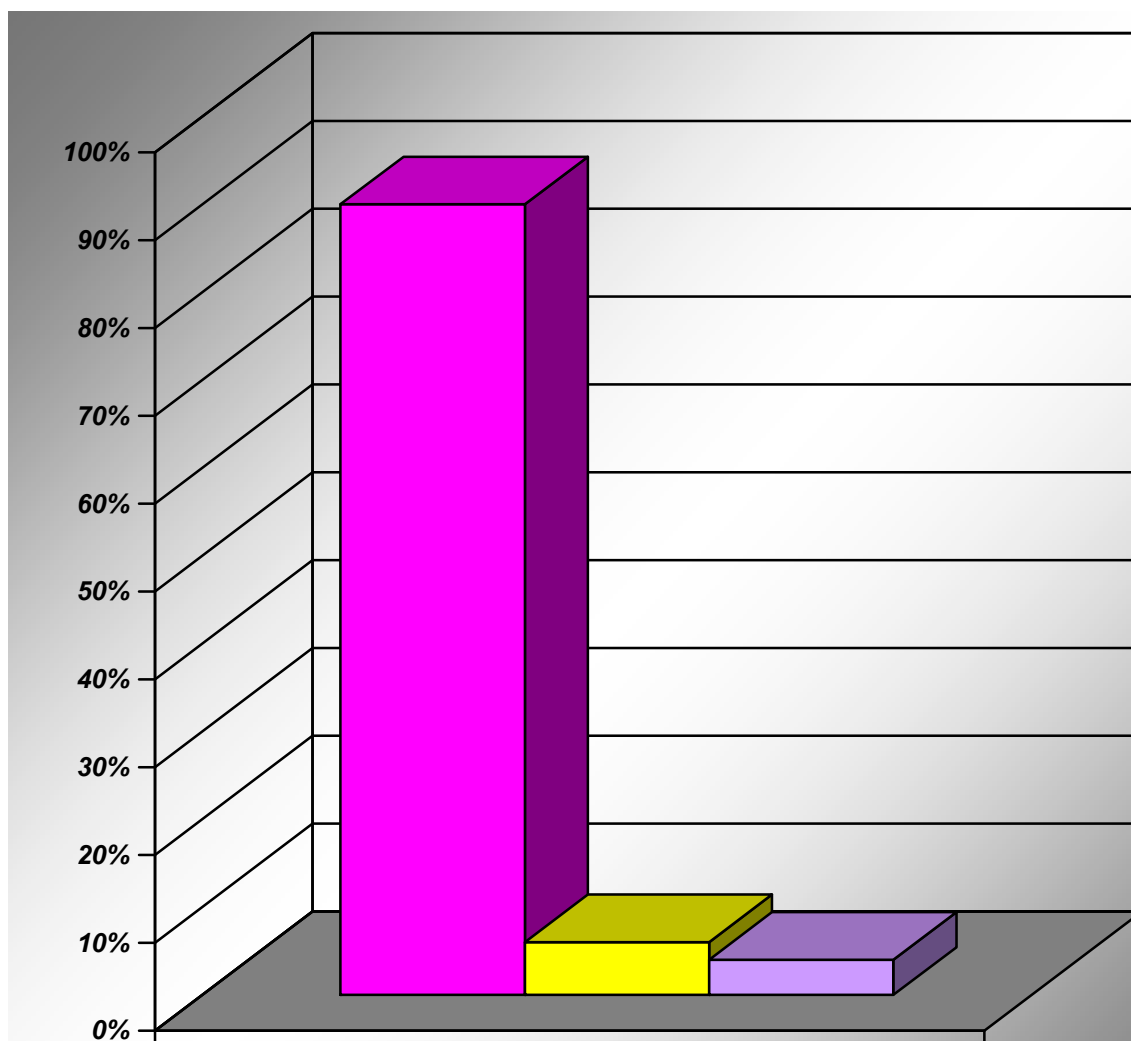


## Ф. Преимущества выставки



■ <i>Высокий уровень организации выставки</i>	40%
■ <i>Перспективные контакты</i>	25%
■ <i>Сервисное обслуживание</i>	20%
■ <i>Оформление зала и стендов</i>	15%

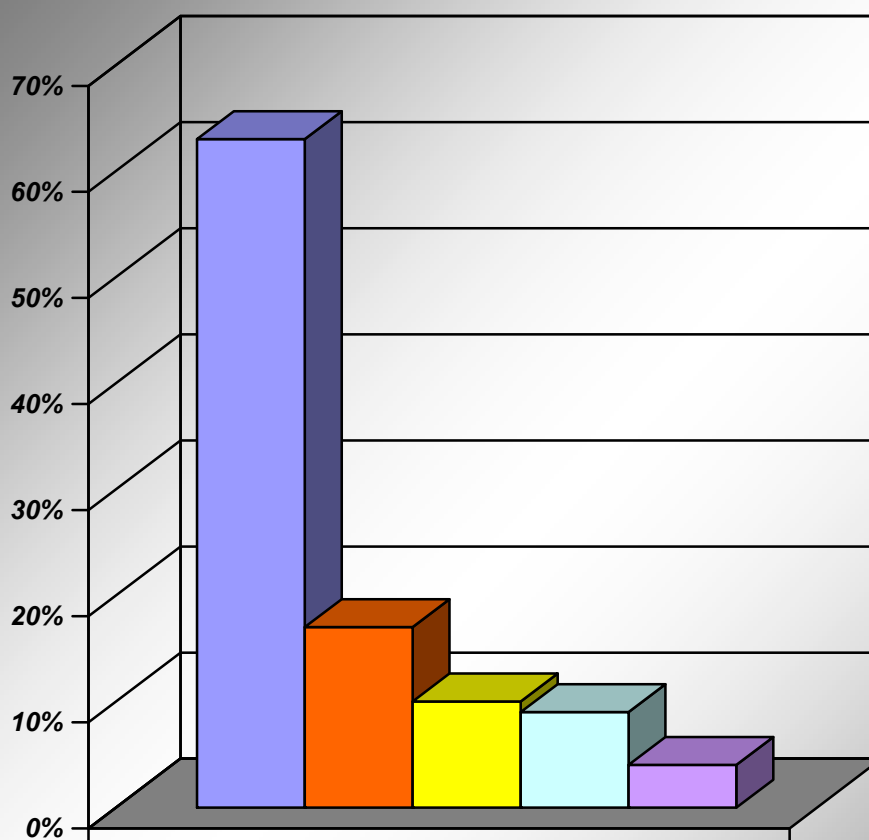
**Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?**



■ Да	90%
■ Частично	6%
■ Результат сможем оценить позднее	4%

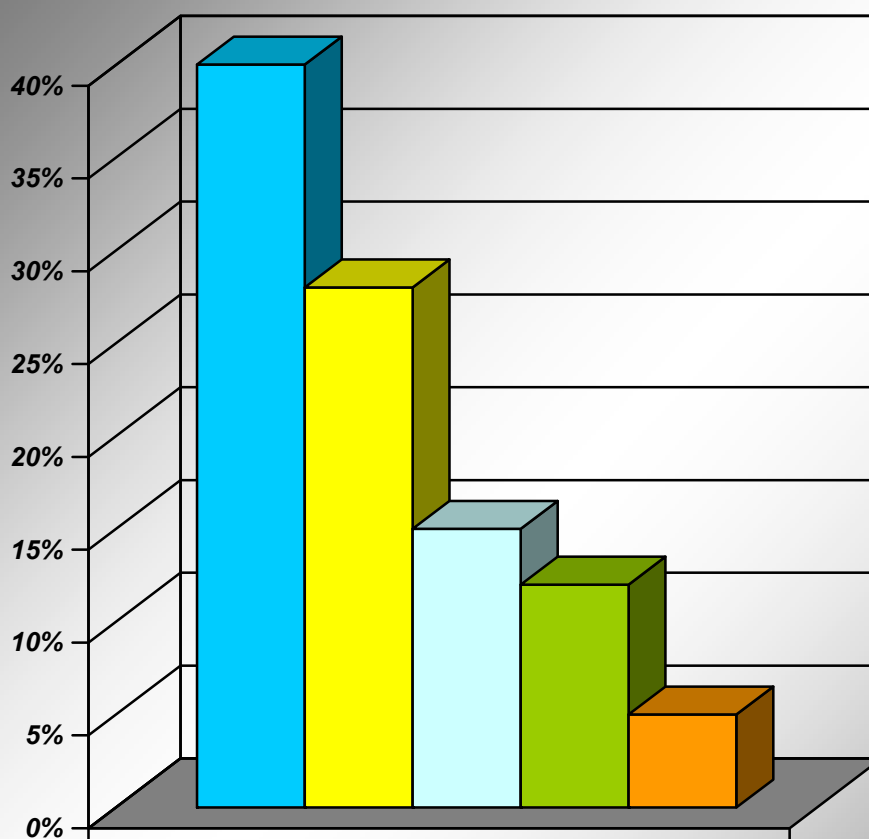
## II. ПОСЕТИТЕЛИ

### A. География посетителей



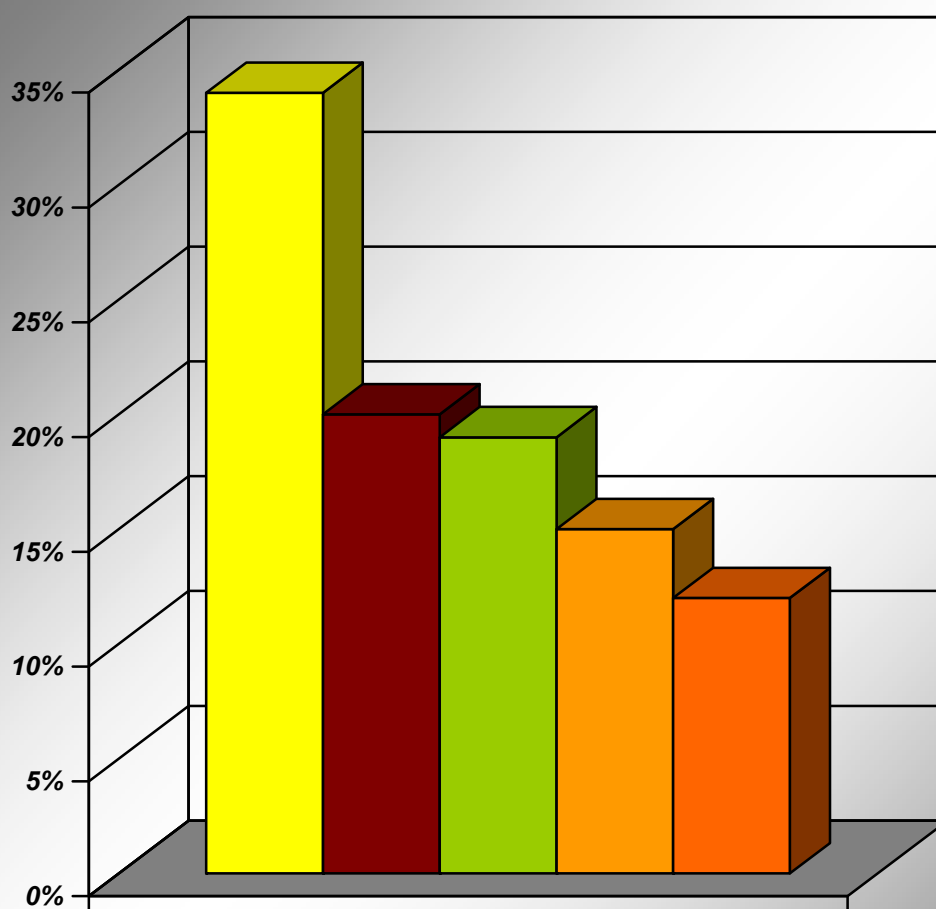
■ Южный Федеральный округ	63%
■ Центральный Федеральный округ	17%
■ Северо-Западный Федеральный округ	10%
■ Приволжский ФО	9%
■ Сибирский Федеральный округ	4%

## В. Цели посещения выставки:



<span style="color: blue;">■</span> Покупка продукции	40%
<span style="color: yellow;">■</span> Заключение договоров	28%
<span style="color: cyan;">■</span> Получить информации об отрасли	15%
<span style="color: green;">■</span> Посещение деловой программы	12%
<span style="color: orange;">■</span> Поиск партнера по реализации ювелирной продукции	5%

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



■ Приглашение организаторов	34%
■ Интернет	20%
■ Радио, телевидение	19%
■ Наружная реклама	15%
■ Специализированные издания	12%