



АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ

«ИНТЕРЮВЕЛИР – 2008»

В период с 08 по 14 июля в ГК «Жемчужина» была проведена VIII-ая Международная специализированная выставка-ярмарка «ИнтерЮвелир-2008». В выставке приняли участие 231 организация из России, Италии, Белоруссии, Турции и Чехии, 17104 посетителей, из них: - 2702 посетителей-специалистов. Большинство экспонентов — это производители и поставщики из разных регионов России. Наряду с крупными компаниями-производителями из золото- и алмазодобывающих регионов РФ и традиционных центров ювелирной отрасли, такими как «Бронницкий ювелир» (г. Москва), «Костромской ювелирный завод» (г. Кострома), «Московский завод по обработке спецсплавов» (г. Москва), «Алмаз-Холдинг» (г. Москва), «Яшма Золото-Юг» (г. Ростов-на-Дону), «Енисейский ювелирный завод» (г. Красноярск), «Сахаювелир» (г. Якутск), «ЯкутАлмаз-Золото», «Ювелиры Урала» (г. Екатеринбург) и другими, на выставке были представлены продолжатели исконных народных традиций в ювелирном деле - изделия кубачинских и златоустовских мастеров.

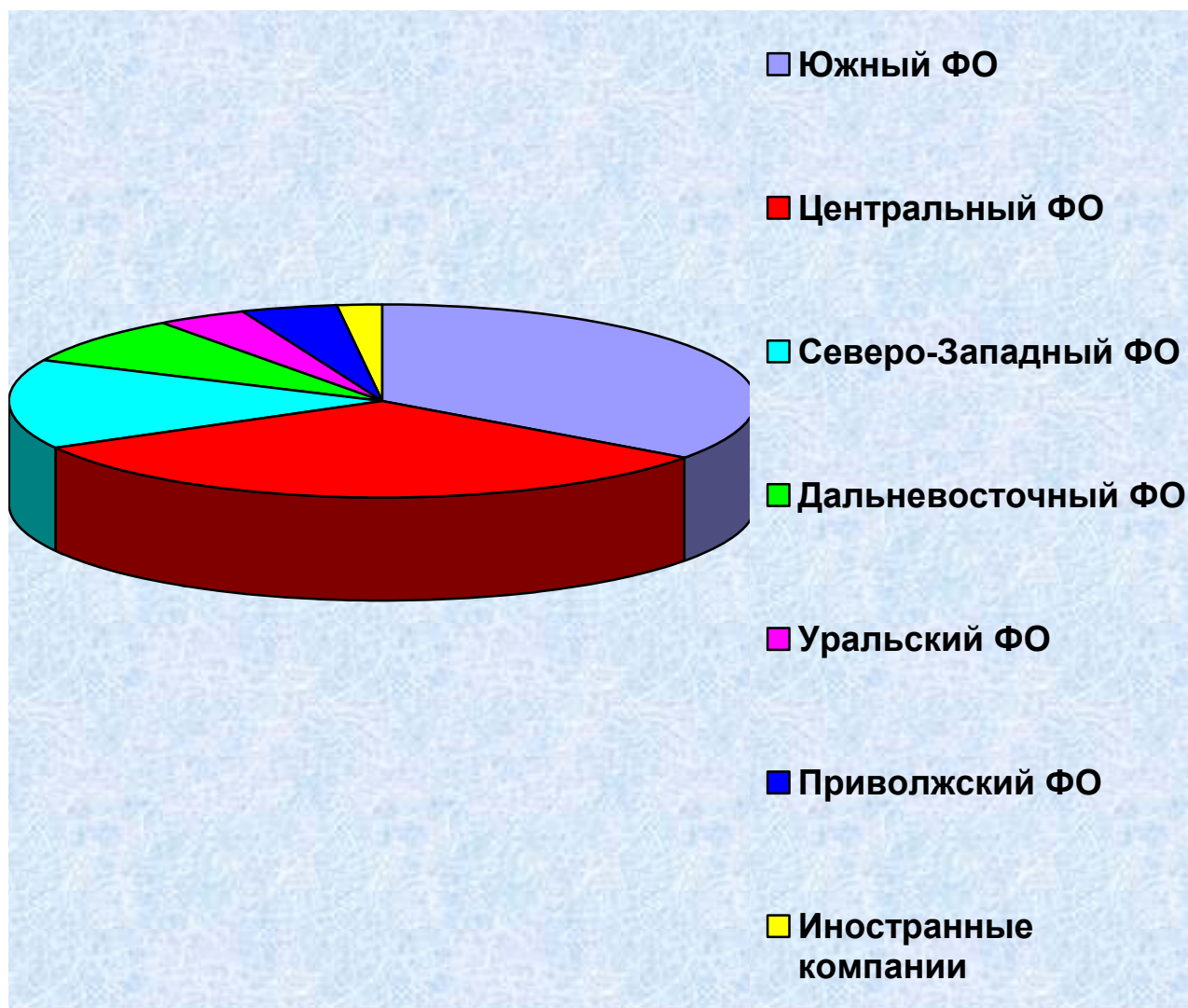
Информационная поддержка выставки: «Ювелирное Обозрение», Москва; «КОММЕРЧЕСКИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ИЗ ЧЕХИИ» Журнал, Прага; журнал «Ювелирный Мир», Москва; ООО «Ювелир.Ру», Кострома; журнал «ЮВЕЛИР ЮФО», Ростов-на-Дону; журнал «MoscarWorld» представительство ООО «ЮТНК», Сочи; Желтые Страницы России Промышленно-Коммерческий Справочник, Москва; ИнформЭКСПО, Москва; Эфкате, Сочи; Интернет портал города-курорта СОЧИ.РУ, Сочи; журнал «Все лучшее о Сочи», Сочи; «Южный Федеральный», Ростов-на-Дону; Экспресс Ва Банк Сочи.

Информационный партнер выставки: журнал «Индекс Успеха», Новороссийск; «Русская Ювелирная Сеть», Дубна; ExpoMediaGroup, журнал-каталог Экспо-Юг Ювелир, Ростов-на-Дону; «ВЫБИРАЙ соблазны большого города Сочи»; «АИТЭРА» Агентство Информационных Технологий, Москва, Россия; «Тропикана» ООО, Сочи, Россия.

Официальный партнер - «Яшма Золото-Юг», Ростов-на-Дону.

I. УЧАСТНИКИ

A. География участников



Южный Федеральный Округ – 35%

Центральный Федеральный Округ – 32%

Северо-Западный Федеральный Округ – 15%

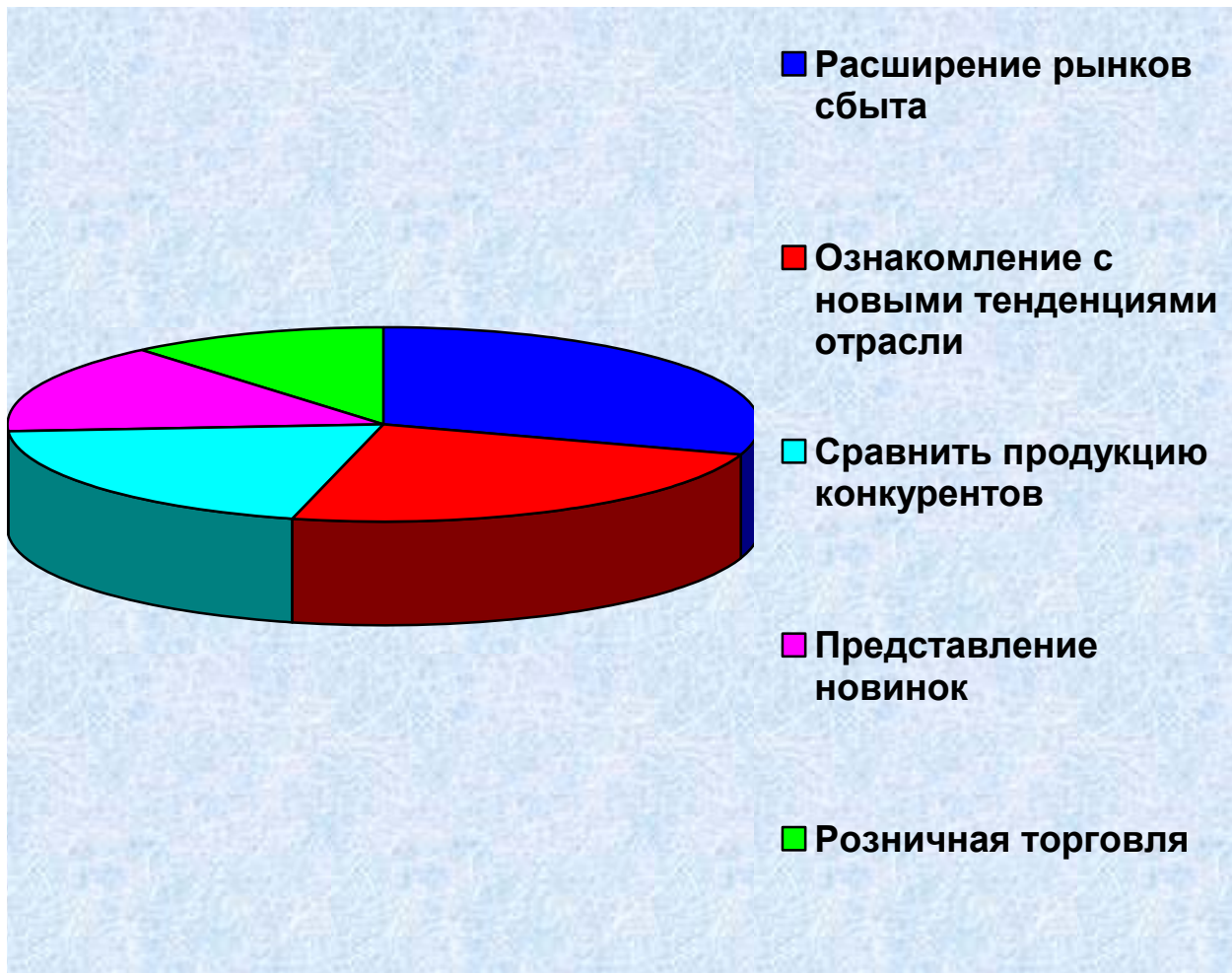
Дальневосточный Федеральный Округ – 8%

Уральский Федеральный Округ - 4%

Приволжский Федеральный Округ – 4%

Иностранные компании – 2%

В. Цели участия:



Расширение рынков сбыта – 30%

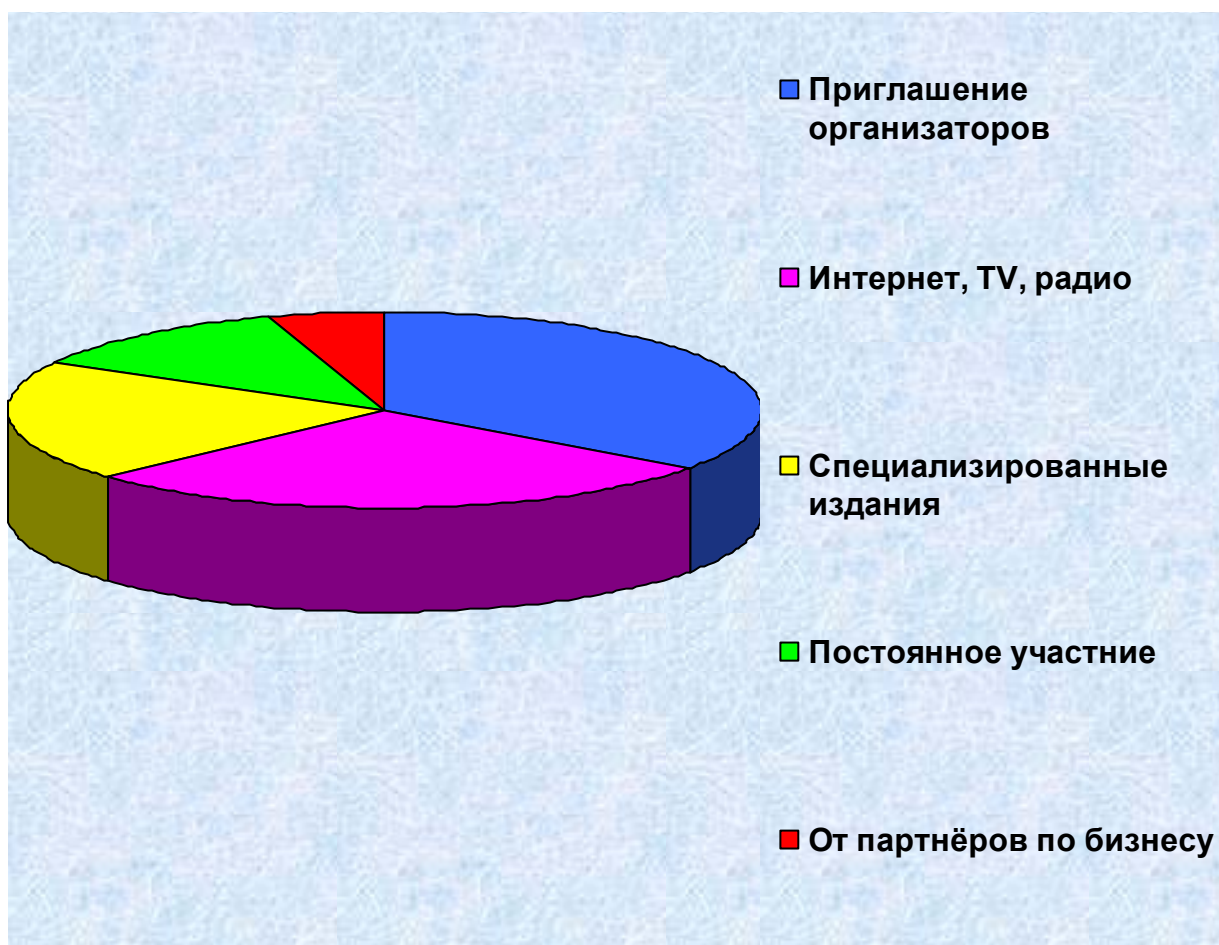
Ознакомление с новыми тенденциями отрасли – 24%

Сравнить продукцию конкурентов – 20%

Представление новинок - 15%

Розничная торговля – 11%

С. Источники, из которых узнали о выставке:



Приглашение организаторов – 35%

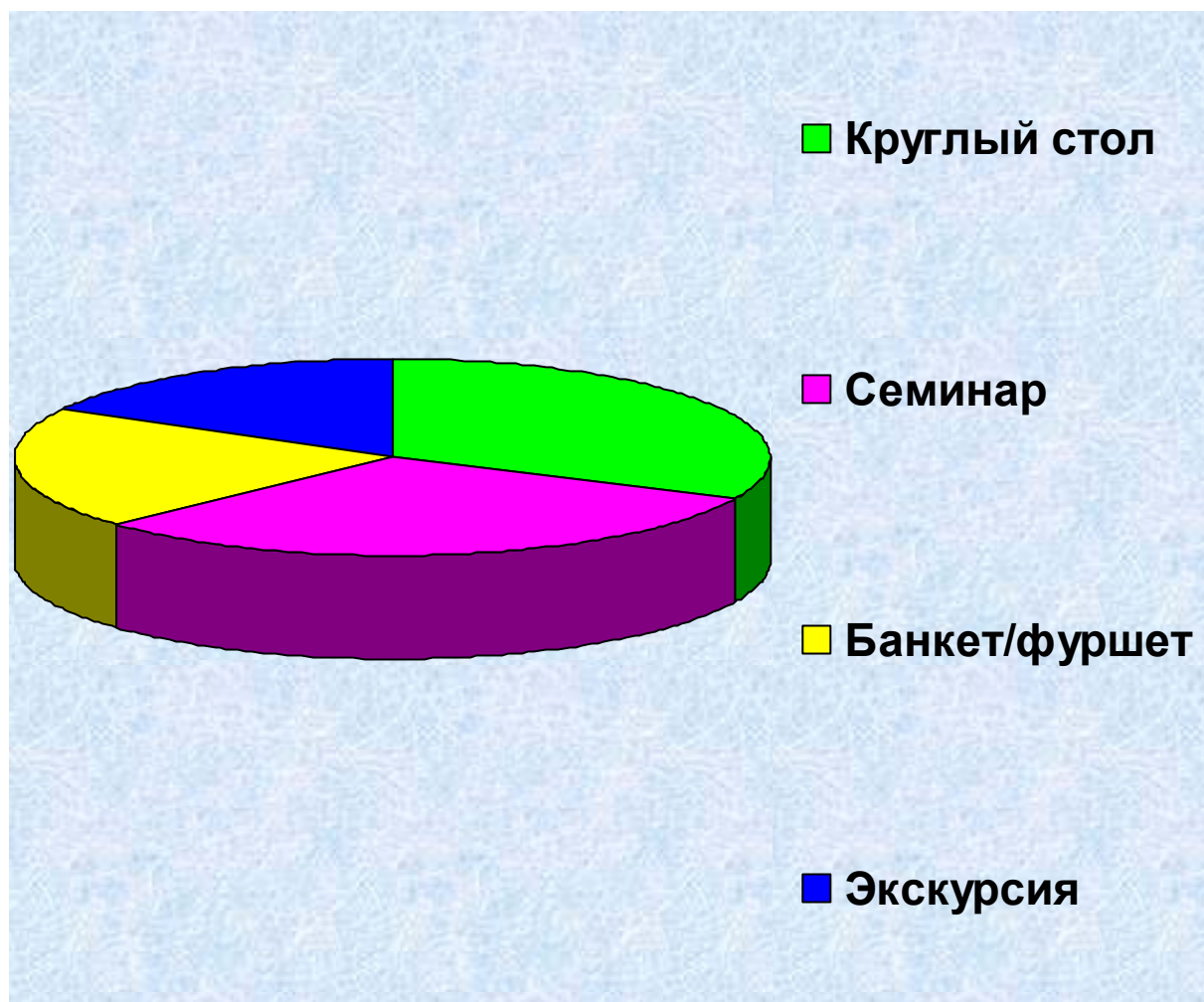
Интернет, ТВ, радио – 28%

Специализированные издания – 20%

Постоянное участие – 12%

От партнёров по бизнесу - 5%

D. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?



Круглый стол - 32%

Семинар – 31%

Банкет/Фуршет – 20%

Экскурсия - 17%

Е. Преимущества выставки:



Высокий уровень организации выставки – 25%

Привлечение посетителей/хорошая посещаемость – 24%

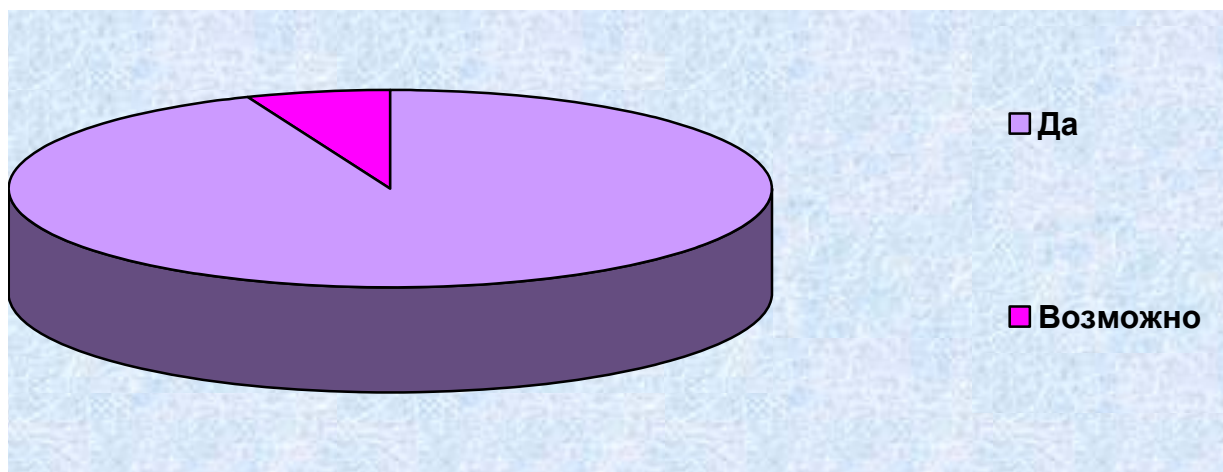
Место проведение выставки - 20%

Количество участников – 14%

Сервисное обслуживание/банкет – 10%

Реклама выставки – 7%

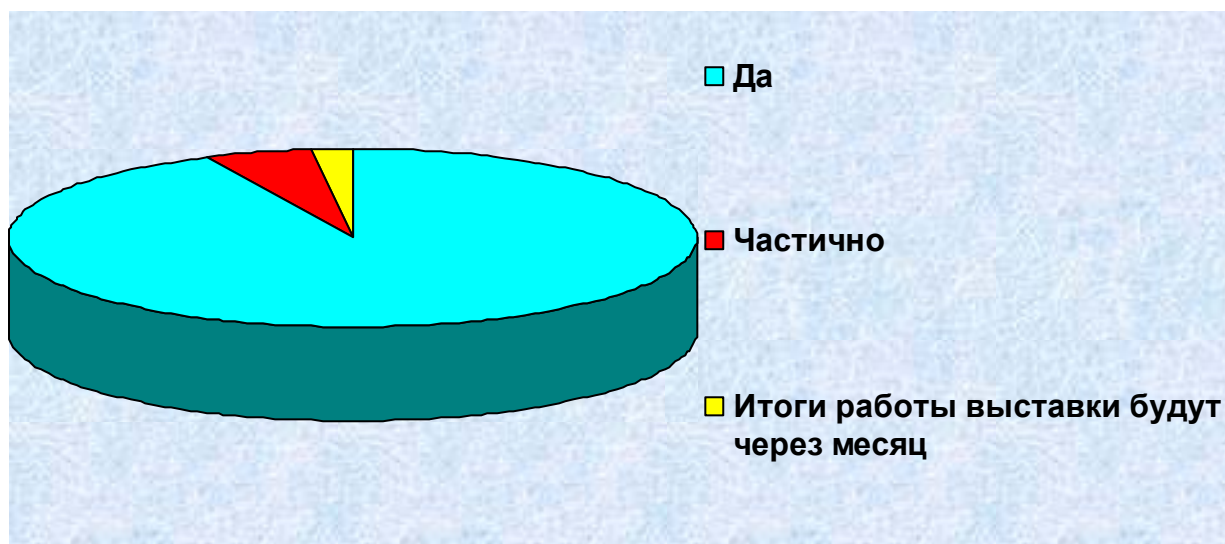
Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?



Да – 94%

Возможно – 6%

Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?



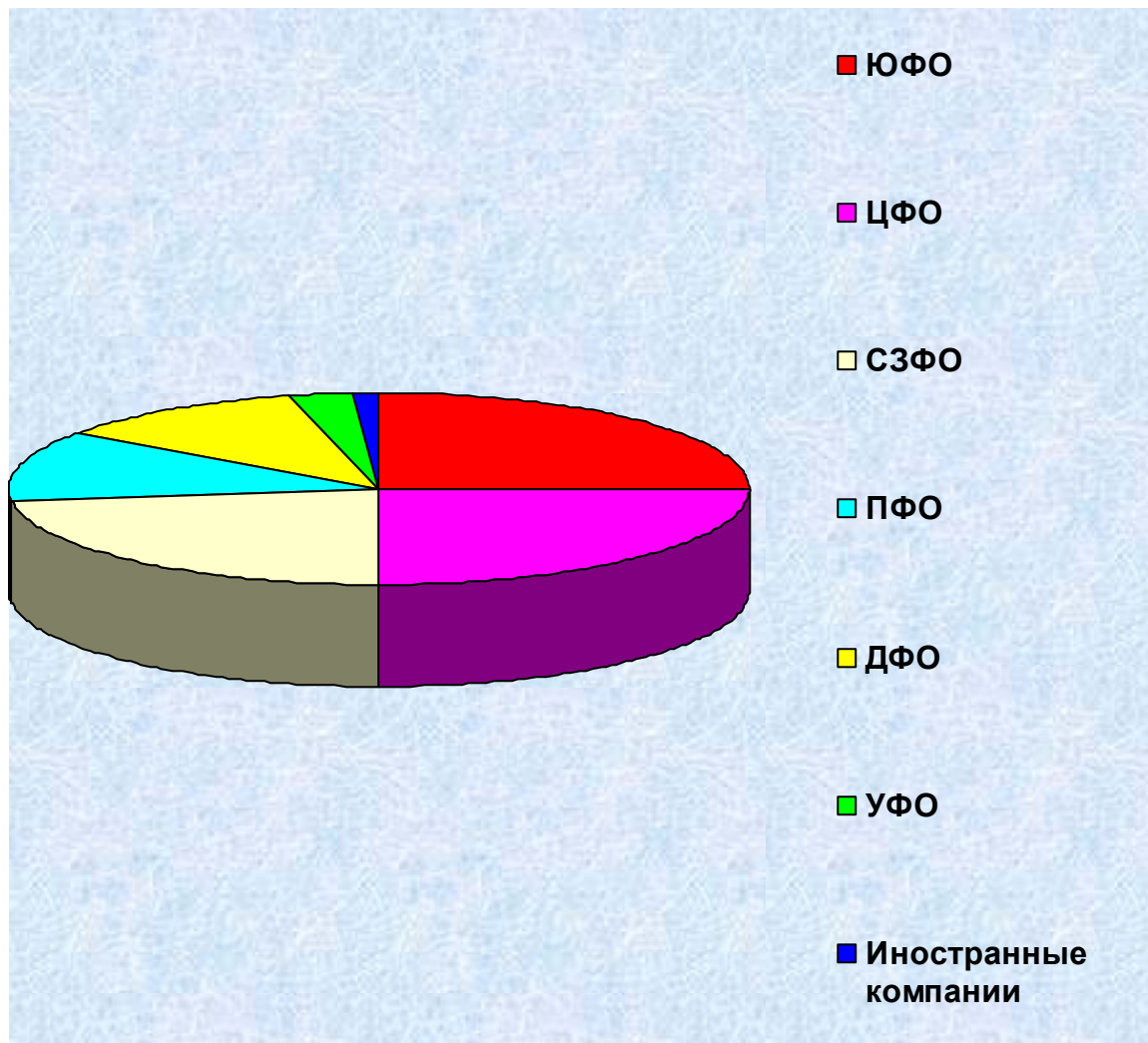
Да – 93%

Частично – 5%

Итоги работы выставки будут через месяц – 2%

II. ПОСЕТИТЕЛИ

А. География посетителей



Южный Федеральный Округ – 25%

Центральный Федеральный Округ – 25%

Северо-Западный Федеральный Округ – 23%

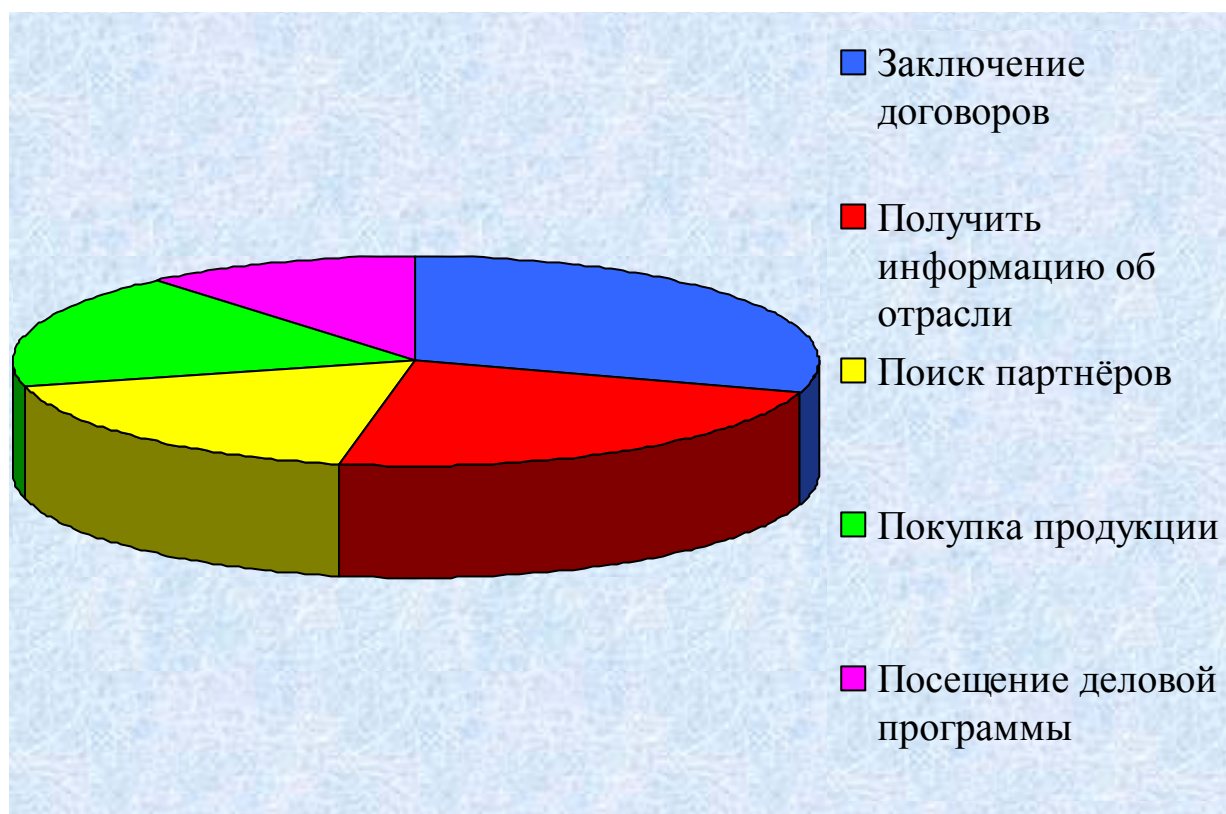
Приволжский Федеральный Округ – 12%

Дальневосточный Федеральный Округ – 11%

Уральский Федеральный Округ - 3%

Иностранные компании – 1%

В. Цели посещения выставки:



Заключение договоров – 30%

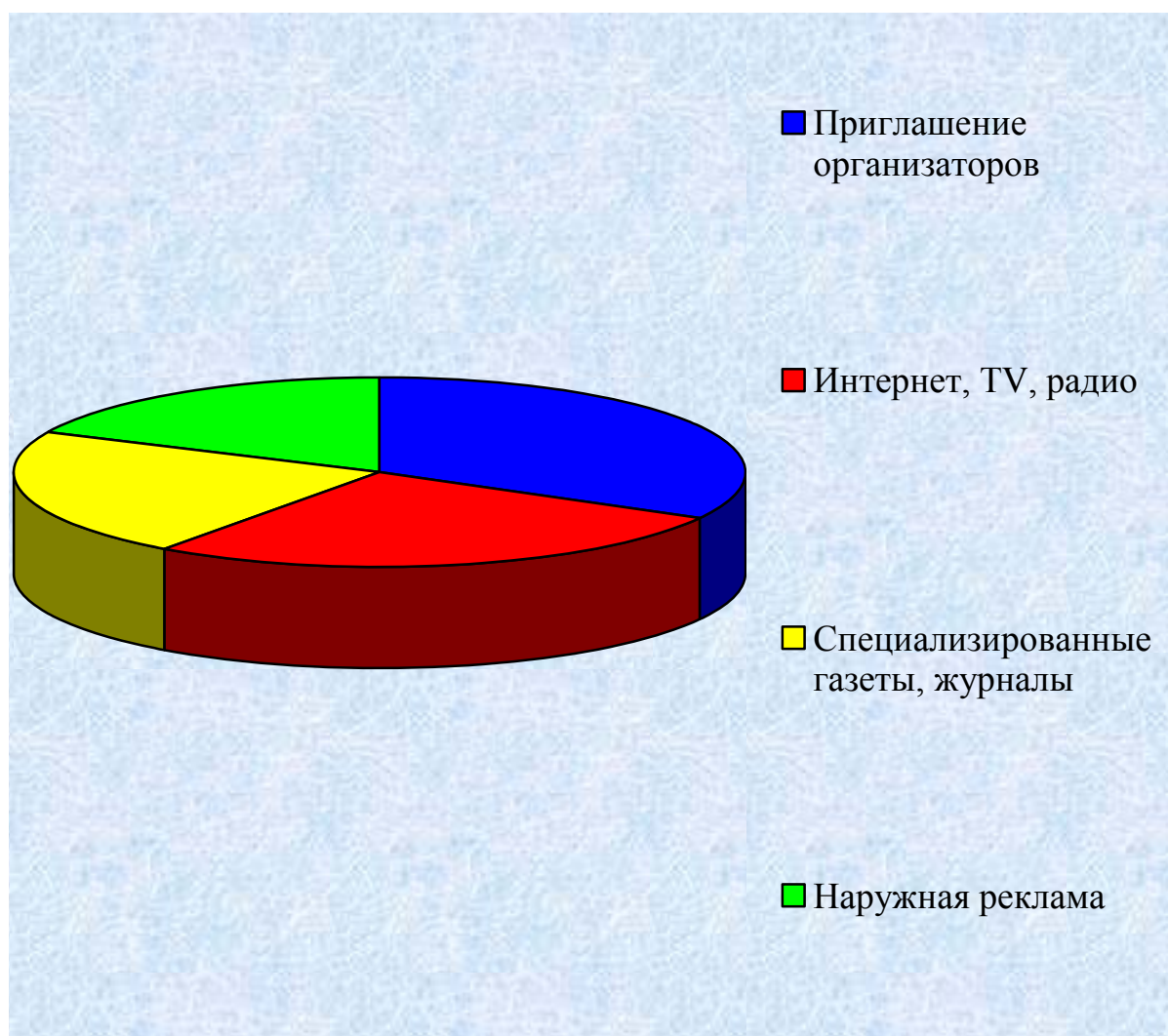
Получить информацию об отрасли – 23 %

Поиск партнёров по реализации продукции - 18%

Покупка продукции - 18%

Посещение деловой программы – 11%

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



Приглашение организаторов (письмо, e-mail, телефон) – 33%

Интернет, TV, радио – 27%

Специализированные издания (газеты, журналы, каталоги) – 22%

Наружная реклама (афиша, баннер, перетяжки) – 18%