



АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ «ИнтерЮвелир-2015»

В период с 16 по 22 июля в Гранд Отеле «Жемчужина» состоялась **XV юбилейная международная выставка ювелирной индустрии «ИнтерЮвелир-2015»**. В выставке приняли участие 136 компании, мероприятие посетили 6100 человек, из них: 15 % посетителей-специалистов. Выставочная площадь составила: нетто - 1630 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:

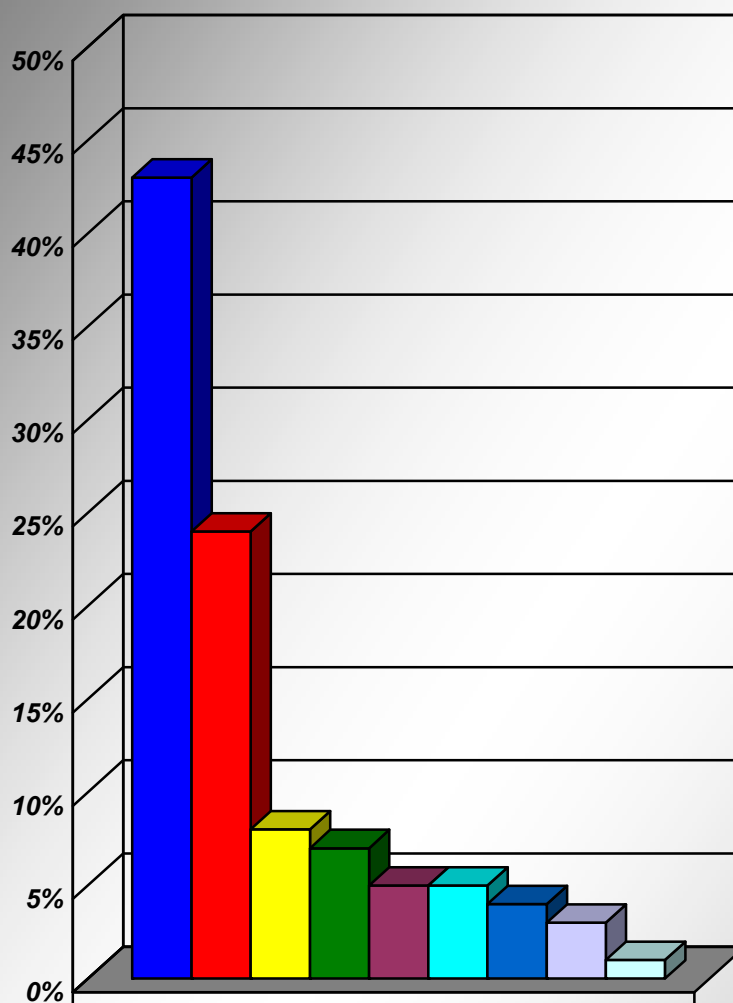
ЭКСПО-ЮВЕЛИР, ИД «ЗОЛОТОЙ ПРОФИЛЬ», Ростов-на-Дону;
Ювелир.INFO, Издательство «ЗОЛОТОЙ ПРОФИЛЬ», Ростов-на-Дону;
UVELIR.NET - международный клуб-форум ювелиров, Ростов-на-Дону;

Информационный партнеры:

КАТАЛОГ МИНЕРАЛОВ, Москва;
«ЮГА.ру» ООО, Краснодар;
«ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗВЕСТИЯ» Ежедневная интернет-газета, Москва;
PROSVADBU.SU/Информационный свадебный портал, Краснодар;
RusWedding.com, Москва;
«ХЭДХАНТЕР» ООО, Сочи;
«КУБАНСКИЕ ВЕДОМОСТИ», Краснодар;
«КУБАНЬ» Информационное агентство», Краснодар;
«На Кубани.ру» ООО, Краснодар;
«РАЙОН» Рекламно-информационный еженедельник, Сочи;
«ЭФКАТЕ» ОАО, Сочи;
Выбирай.Vibirai.ru, Сочи ;
«ЗОЛОТО СОЧИ» Городской Интернет-портал, Сочи;
EXROSOM.RU, Москва;
ЕхроМар.ru, Москва;
«МАКС ПОРТАЛ», Сочи;
«СВОБОДНАЯ ПРЕССА Издательский дом» ООО, Сочи.

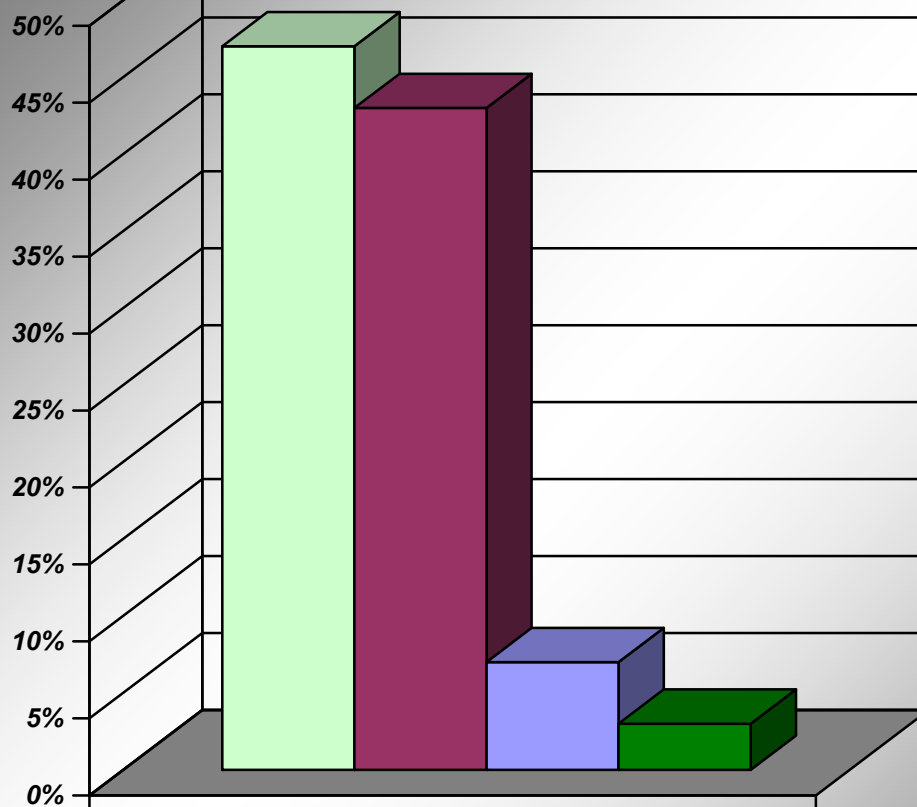
І. УЧАСТНИКИ

А. География участников



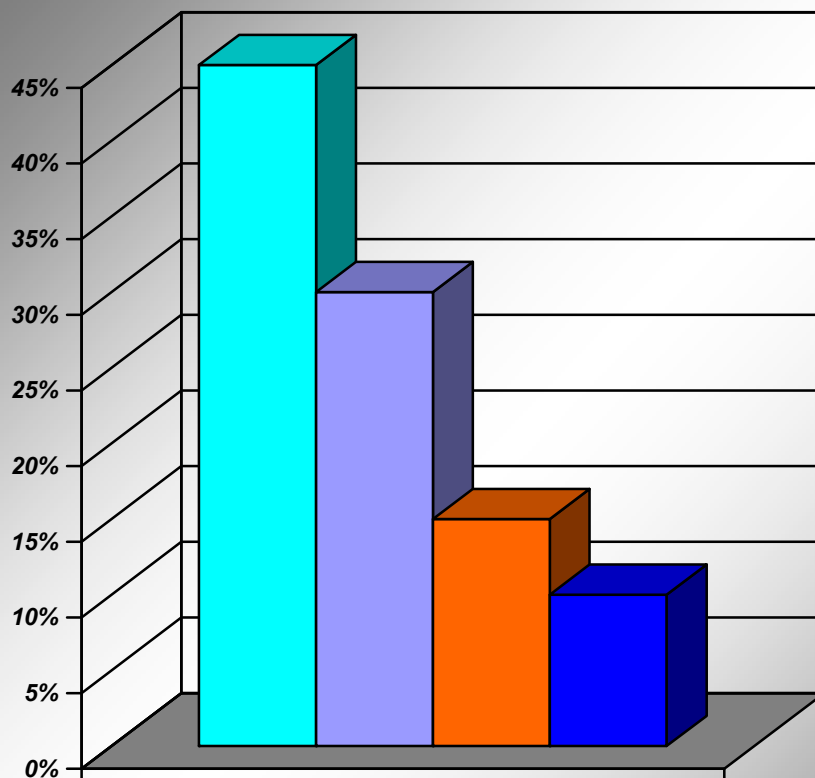
■ Центральный Федеральный Округ	43%
■ Южный Федеральный Округ	24%
■ Северо-Западный Федеральный Округ	8%
■ Дальневосточный Федеральный округ	7%
■ Сибирский Федеральный округ	5%
■ Уральский Федеральный Округ	5%
■ Северо-Кавказский Федеральный округ	4%
■ Приволжский Федерльный округ	3%
■ Крымский Федеральный округ	1%

В. Цели участия:



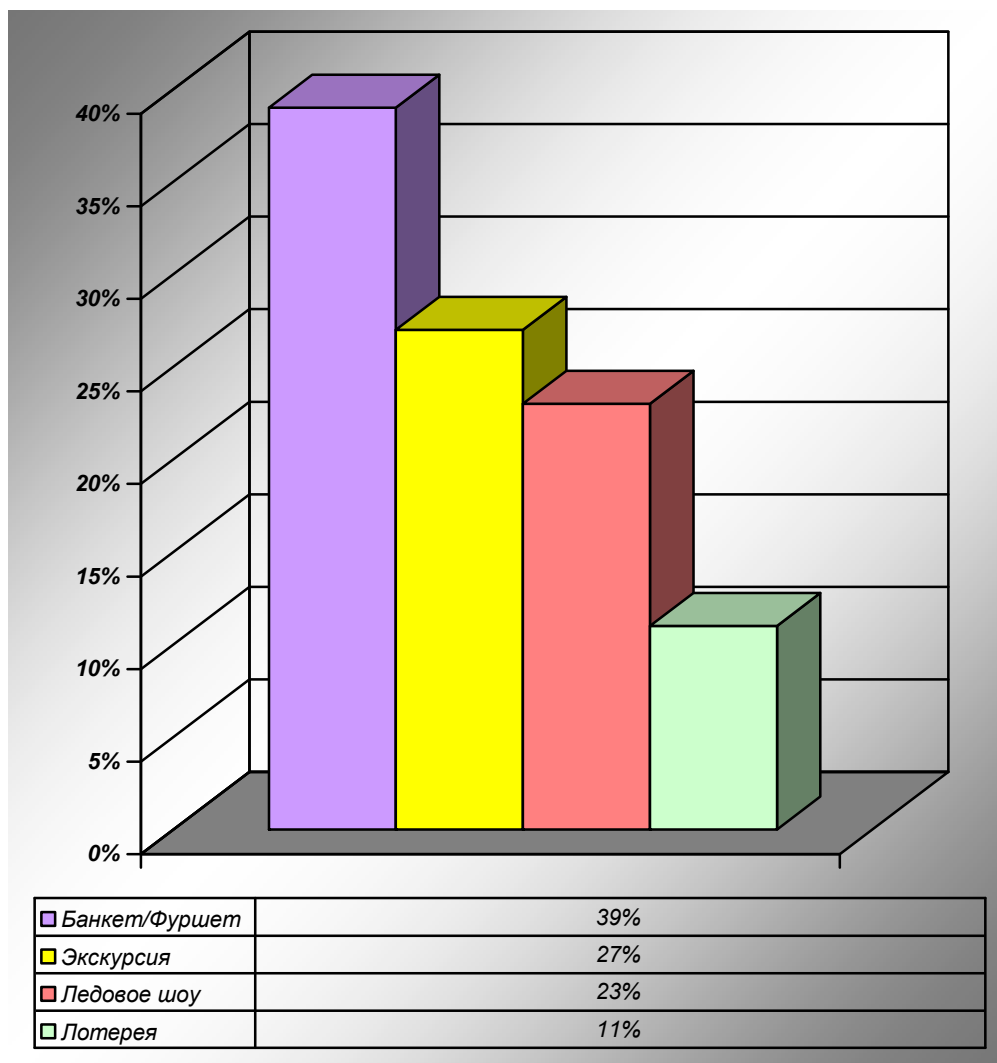
□ Привлечение новых клиентов	47%
■ Расширение рынков сбыта	43%
■ Ознакомление с новыми тенденциями отрасли	7%
■ Сравнить предложения конкурентов	3%

С. Источники, из которых узнали о выставке:

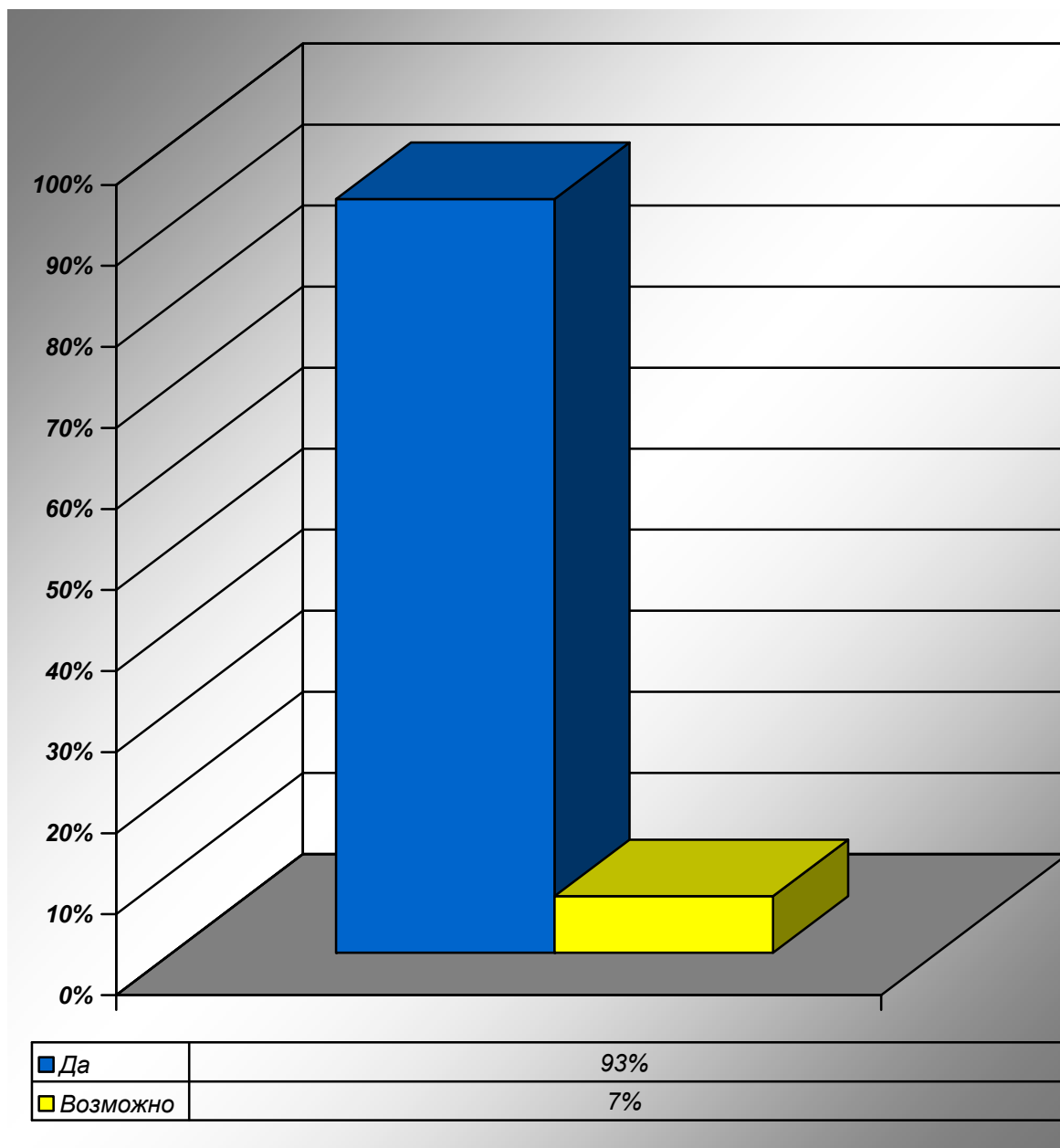


■ Участие в прошлых выставках	45%
■ Приглашение организаторов	30%
■ Интернет, TV, радио, индивидуальная рассылка	15%
■ Специализированные издания	10%

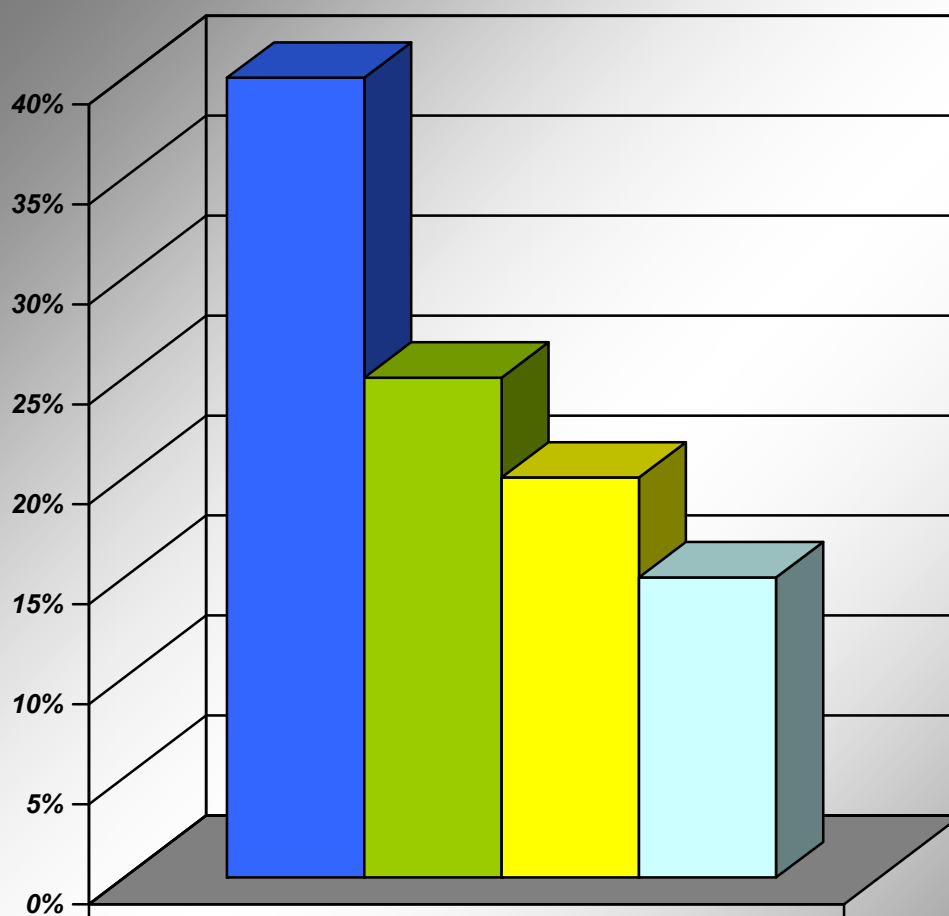
Д. Понравилась ли Вам программа мероприятий выставки?



Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?

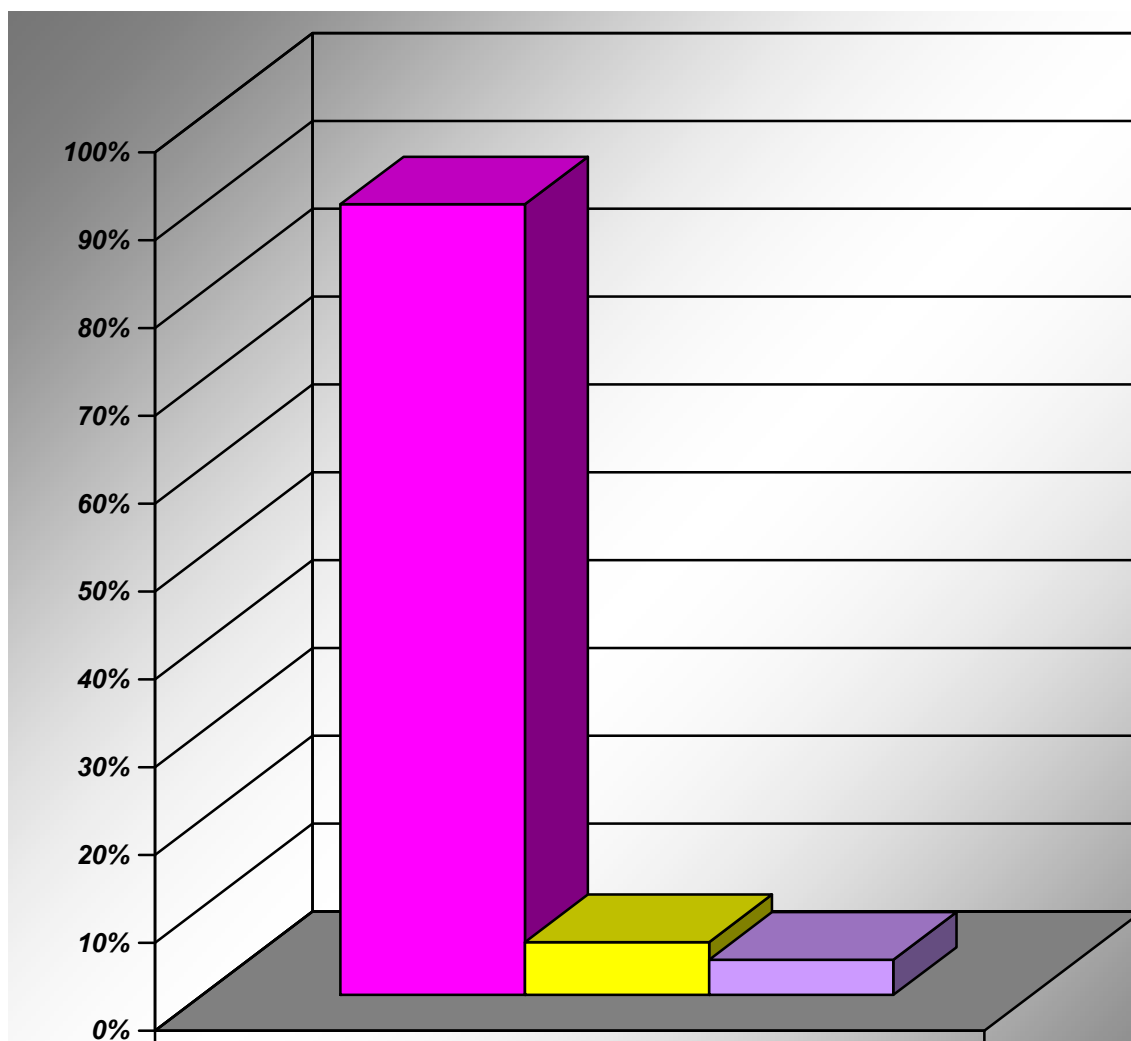


Ф. Преимущества выставки



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

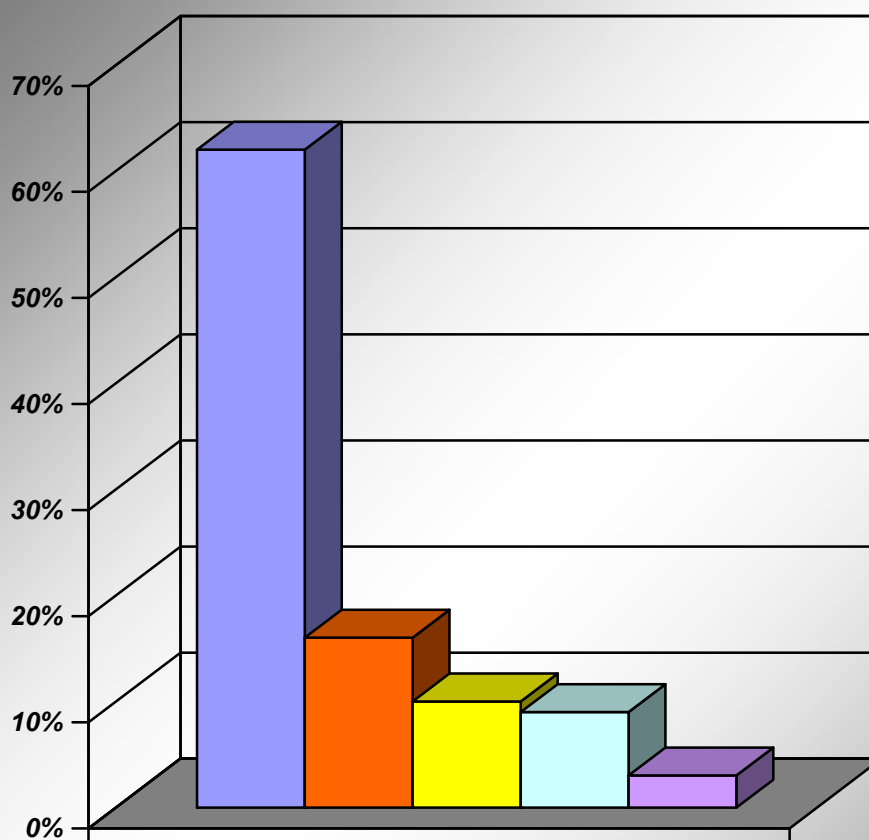
Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?



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

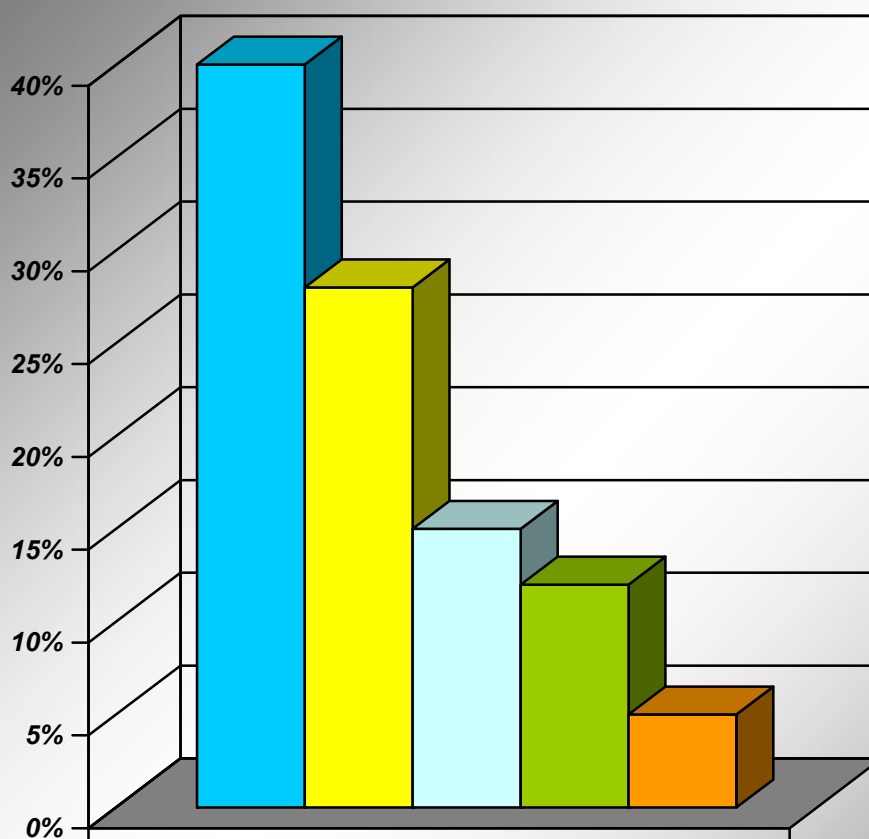
II. ПОСЕТИТЕЛИ

A. География посетителей



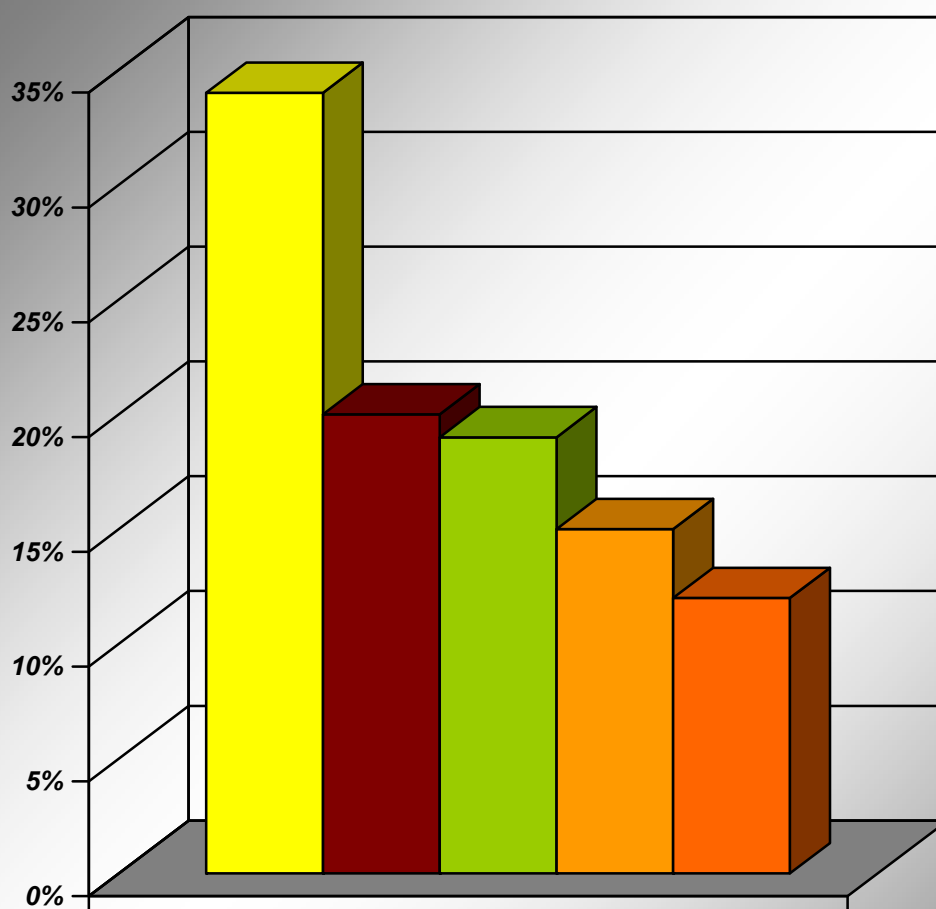
■ Южный Федеральный округ	62%
■ Центральный Федеральный округ	16%
■ Северо-Западный Федеральный округ	10%
■ Приволжский ФО	9%
■ Сибирский Федеральный округ	3%

В. Цели посещения выставки:



■ Покупка продукции	40%
■ Заключение договоров	28%
■ Получить информации об отрасли	15%
■ Посещение деловой программы	12%
■ 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%