

20 – 23 фев. 2009г.

Presse-Information * Press release * Communiqué de presse * Comunicato stampa * Comunicado de prensa * Пресс-релиз

№. 21

23 февраля 2009

Итоговый рапорт

inhorgenta europe 2009: теплая атмосфера несмотря на сомнения и опасения.

- Около 30,000 посетителей-специалистов из 79 стран несмотря на неблагоприятную погоду решились приехать на inhorgenta europe
- Удачные дни выставки-ярмарки, давшие много заказов.
- Участники выставки-ярмарки высоко оценивают атмосферу, царившую на выставке, и уровень представленных на ней товаров
- Посетителей особенно заинтересовали те разделы, где экспонировались драгоценные камни и дизайнерские произведения ювелирного искусства.

inhorgenta europe 2009, которая проходила с 20 по 23 февраля 2009 в Новом Мюнхенском Выставочном Центре, снова подтвердила свое право на ведущую роль среди международных специализированных выставок-ярмарок часов, ювелирных изделий, драгоценных и полудрагоценных камней, жемчуга и технологий их исполнения.

1183 экспонента из 47 стран (ср.: 2008г. – 1224/48) на 64 500 квадратных метрах выставочных площадей продемонстрировали свои самые модные тренды и последние коллекции, новые марки (бренды) и технологи, а также новаторские маркетинговые концепции, касающиеся часов и ювелирных изделий.

inhorgenta europe остается очень стабильной, если говорить о статистике посещений.

Несмотря на холодную и снежную погоду в Мюнхене, около 30 000 специалистов из 79 стран мира приехали в Новый Мюнхенский Выставочный Центр. Поскольку около 30% посетителей прибыло из других стран, inhorgenta europe снова подтвердила свой международный характер; однако из-за неблагоприятных погодных условий и создавшейся экономической ситуации количество посетителей из стран восточной Европы оказалось меньшим, чем в прошлом году. Помимо Германии наибольшее число гостей приехало из Австрии, Великобритании и Северной Ирландии, Швейцарии, Испании, Италии, Греции, Нидерландов, Чешской Республики, Венгрии и Бельгии. Отмечен наибольший рост числа гостей на inhorgenta europe из Великобритании и Северной Ирландии, Франции, Словении, Российской Федерации, Финляндии, Дании, включая Гренландию, Бельгии, Японии, Чили и Израиля. Несмотря на довольно скромные ожидания и прогнозы, предшествующие выставке, производители и розничные фирмы оценили ярмарку очень положительно. Продолжая тенденцию довольно успешного развития ювелирного бизнеса, показатель уровня деловой

активности на ярмарке, измеряемый количеством заказов, оказался весьма высоким.

Специалисты отрасли, принимающие решения, со сдержанным оптимизмом оценивают будущее развитие ювелирной индустрии. Среди экспонентов особенно хорошими финансовыми результатами опять смогли похвастаться наиболее солидные компании с уже устоявшейся репутацией.

Хорошая атмосфера, царившая на *inhorgenta europe 2009*, а также сдержанные рыночные прогнозы отмечены и в опросе TNS Infratest: по сравнению с прошлым годом только 33% (52%) опрошенных экспонентов оценили настоящую ситуацию в своей отрасли как превосходную или хорошую; а 56% (75%) также оценили предстоящее развитие рынка. Среди посетителей выставки статистические данные этого опроса были соответственно 45% (57%) или 62% (74%).

61% (72%) опрошенных экспонентов оценили общий результат выставки-ярмарки как превосходный или хороший; среди гостей этот показатель был 91% (96%). Посетители выше всего оценили атмосферу ярмарки (92%), затем следуют сложность ассортимента и уровень представленных товаров (90%), четкость и ясность сегментирования и размещения товаров в павильонах (90%), а также качество информации для посетителей (89%). Экспоненты также поместили на первое место атмосферу выставки (83%), затем следует четкость и ясность сегментирования и размещения товаров в павильонах (82%) и разнообразные семинарская и сопровождающая программы (79%).

Манфред Вутцлхофер (Manfred Wutzlhofer), президент и председатель правления Messe München GmbH:

Общая тенденция на *inhorgenta europe* в этом году показывает, что индустрия часов и ювелирных изделий начинает 2009 год с конструктивного мышления. Потребители снова обратились к предметам, которые никогда не теряют в цене, и вкладывают деньги в дорогостоящие и солидные вещи. Известные и сильные марки с хорошо отлаженной концепцией розничной продажи и взаимоотношений с потребителем становятся хозяевами положения. Торговые фирмы и производители возобновили диалог, который становится все более оживленным, цель его - обеспечить успех обеим сторонам переговоров, несмотря на сложную ситуацию в экономике. Именно тут и проявляется истинное и огромное значение *inhorgenta europe* в качестве посредника между этими двумя сторонами."

Обычные сроки проведения *inhorgenta europe 2010* с 19 по 22 февраля 2010 останутся неизменными. Благодаря свободному календарю ярмарок и выставок перенос на январь теперь не нужен.

Заявления и оценки:

Джордж Спренг (Georg Spreng), владелец: "Мы были даже слегка удивлены общей теплой и благоприятной атмосферой, царившей на выставке. *inhorgenta europe* проходила очень оживленно начиная со дня открытия в пятницу. В общем, это было для нас большое событие, нам удалось провести много удачных встреч."

Ph. Hahn Söhne, Дитер Хан (Dieter Hahn), владелец: "Прошедшую выставку-ярмарку мы оцениваем как весьма приятное и успешное мероприятие. Негативные прогнозы других секторов нас не затронули. На самом деле, спрос на драгоценные камни и ювелирные изделия в Германии весьма многообещающий."

Meister GmbH, Тео Майстер (Theo Meister), владелец: "На этой ярмарке мы определенно достигли всех поставленных перед собой целей, касающихся хорошей деловой активности и оживленных продаж. Мы остались на том же уровне, что и в прошлом году. Все мероприятие прошло в теплой, доброжелательной атмосфере."

Gellner GmbH & Co. KG, Даниэла Келлер (Daniela Keller), отдел продаж и информации: "Даже в трудные времена мы смотрим вперед, в будущее и используем *inhorgenta europe* как площадку для совершенствования своей фирмы и для расширения своих связей с другими. Кроме того, мы получили множество положительных отзывов от наших клиентов."

Atelier Bunz GmbH, Джордж Бунц (Georg Bunz), владелец: "В общем, мы очень довольны прошедшей выставкой, тем более, если учесть при каких обстоятельствах она проходила. До сих пор наша отрасль не ощутила еще в полной мере атмосферу углубляющегося кризиса или

неуверенного потребительского спроса. Однако до сих пор не ясно, как поведет себя потребительский спрос в дальнейшем, поэтому следует отметить некоторую неуверенность в закупочной политике розничных торговых фирм”

Thomas Sabo, Ральф Мок (Ralf Mock), пресс-секретарь компании: “Безусловно для нас это была лучшая ярмарка года. На своем стенде мы принимали представителей 24 стран. И результат оказался превосходным: уровень деловой активности был высоким. нас порадовало и то, что представление нашей первой коллекции часов **Thomas Sabo Watch Collection** прошло без сучка, без задоринки. В первый же день выставки нам удалось достичь своей цели в том, что касается этого нового для нас сегмента – часового. Для нас **inhorgenta europe** – самое важное торговое мероприятие в мире.”

Schoeffel GmbH, Ютта Эффенбергер (Jutta Effenberger), пиар-менеджер: “Общее настроение было позитивным – несмотря на некоторую неуверенность в начале. Принимая во внимание теперешнюю обстановку в экономике и условия, мы очень довольны ярмаркой. Наши клиенты тоже это подтверждают это впечатление.”

Gilloy, Майкл Тиель (Michael Thiel), отдел продаж: “**inhorgenta europe** снова выступила в роли сейсмографа отрасли. что касается заказов, то мы чуть не превзошли очень хороший прошлогодний результат, что было следствием большой посещаемости.”

Ehinger-Schwarz GmbH & Co. KG, Каролина Шварц (Caroline Schwarz), партнер-распорядитель: “**inhorgenta europe** ясно показала, что в тяжелые времена отрасль должна сосредоточиться на основополагающих вещах – качественные ювелирные украшения не теряют своей ценности. Таким образом мы отметили двуцифровой рост посещаемости, несмотря на неблагоприятные погодные условия, осложнившие приезд гостей.”

FREY WILLE, Frey Wille GmbH & Co. KG, Жиль Барбье (Gilles Barbier), директор по маркетингу и продажам: “У нас прошли очень успешные и плодотворные встречи и переговоры, удалось укрепить отношения со многими клиентами. Мы приняли множество заказов. Так что мы очень довольны тем, как прошла выставка-ярмарка.”

Nomination S.r.l., Сара Муньайни (Sara Mugnaini), Sales: “Вот много лет мы приезжаем в Мюнхен на **inhorgenta europe**. Результаты этого года не отличаются от подобных же очень хороших результатов прошлых лет. Германия является одним из основных наших рынков. А **inhorgenta europe** – это самая важная выставочная площадка в этой стране.”

Time in Style GmbH (Skagen, noon), Майкл Уитт (Michael Witt), генеральный директор: “Несмотря на метель и общее ощущение кризиса, мы более, чем удовлетворены ярмаркой **inhorgenta europe** этого года. Ярмарка продолжила общую позитивную тенденцию развития нашего бизнеса. Наш стенд в течение всех дней был многолюден. Помимо клиентов из немецкоговорящих стран, нам удалось установить много новых контактов с Нидерландами.”

Fossil Europe GmbH, Кристиан Коенен (Christian Coenen), вице-президент немецкого отделения продаж: “**inhorgenta europe** – это был великолепный старт для нашего бизнес-года 2009. Посещаемость и количество заказов оказались очень большими. Помимо контактов внутри страны, мы почувствовали и интерес торговых фирм из Восточной Европы. Мы до сих пор вообще не ощущаем кризиса.”

LEONARDO, Glaskoch B. Koch jr. GmbH & Co. KG, Франк Фридл (Frank Friedl), руководитель отдела продаж: “Атмосфера была очень хорошей. Около половины наших встреч закончились заказами. Никто из наших розничных партнеров не жаловался на кризис. Нам удастся точно найти свою нишу – в этом наша сила. На **inhorgenta europe** часто договариваются о многочисленных встречах в будущем, поэтому выставка для нас - очень важное мероприятие.”

CASIO Europe GmbH, Андреас Шульц (Andreas Schult), менеджер по продажам: “ Мы приехали в Мюнхен с весьма скромными ожиданиями, а теперь мы просто удивлены, поскольку нам удалось даже превзойти очень хороший уровень продаж прошлого года. Кажется, наша отрасль стала просто исключением из общей тенденции экономических пертурбаций. На нашем стенде прошло более 400 встреч с розничными торговцами. Для нашей японской фирмы inhorgenta europe является важнейшим ключом к немецкому рынку. ”

Botta Design, Клаус Ботта (Klaus Botta), владелец: “Мне очень понравилась концепция часового форума Немецкий Дух Времени (Forum German Zeitgeist). Она позволяет таким небольшим фирмам, как наша, показать свою продукцию на inhorgenta europe. Хотя, будучи новичком на inhorgenta europe, я не могу сравнивать с пошлыми годами, но я очень доволен результатами ярмарки. Мы смогли приобрести очень ценные и многообещающие контакты как с розничными фирмами, так и с журналистами, поставщиками сырья и коллегами по отрасли.”

Platin Gilde, Клаудиа Петц (Claudia Petz), пресс-секретарь: “Настроение в платиновой отрасли в настоящее время очень хорошее. количество посещений было чуть ниже прошлогоднего, хотя все дни были разные и их следует оценивать отдельно. Ярмарка оказывает весьма благоприятное влияние, особенно в области дизайна.”

Мирьям Хиллер (Mirjam Hiller), удостоена Innovation Award в номинации «ювелирные украшения»: “В этом году я в первый раз была на inhorgenta europe. Я очень счастлива, что мои работы вызвали такой интерес. Мне удалось продать много произведений, которые брали художественные галереи и ювелирные бутики. А публика была из разных стран.”

Доминик Лабордери (Dominique Labordery), удостоен Platinum Award: “ в этом году атмосфера была особенно теплой и благоприятной. Объединение на одной площадке людей из разных стран и огромный интерес к необычному дизайну были просто поразительны. Мне удалось установить интересные контакты как с клиентами, так и с другими дизайнерами..”