



સ્પાર્કલ એકઝીબીશનમાં નવા રિયલ રૂબી અને રિયલ પોલ્કીમાં હાઈ કવોલિટી સાથેની જ્વેલરી પ્રદર્શનમાં મુકાઈ હતી. બ્રાઈડલ માટે નવી ટ્રેન્ડીંગ જ્વેલરીનું પ્રદર્શન કરાયું હતું. પોલ્કીના નવા કલેક્શને ગ્રાહકોને આકર્ષ્યા હતા. હેરીટેજ જ્વેલરી અને સિલ્વર જ્વેલરીને પણ ગ્રાહકોએ પસંદ કરી હતી. સ્પાર્કલ પ્રદર્શનમાં ઇન્ડો ઇટાલિયા જ્વેલરીને નવા સ્વરૂપ તરીકે લોન્ચ કરાઈ હતી અને તેને પણ ગ્રાહકોએ પસંદ કરી હતી. રોઝ ગોલ્ડ જ્વેલરી, જળાઉ કુંદન પોલ્કી જ્વેલરી તથા વિક્ટોરિયન જ્વેલરીની લોકોએ ખરીદી કરી હતી.

એનઆરઆઈ સિઝનને કારણે સુરતની જ્વેલરી બ્રાન્ડને ગ્લોબલી માર્કેટ મળવાની શરૂઆત થઈ ગઈ છે. આ ઉપરાંત ચેમ્બર ઓફ કોમર્સ દ્વારા ખાસ આમંત્રિત કરાયેલા ૬૦૦થી વધારે પરિવારોએ સ્પાર્કલની મુલાકાત લઈને લગ્ન પ્રસંગો માટે જ્વેલરી ખરીદી હતી.

આ એકઝીબીશનમાં નેપાળથી પણ કેટલાક ગ્રાહકોએ આ પ્રદર્શનની મુલાકાત લીધી હતી. જ્યારે દેશના વિવિધ શહેરો જેવા કે નવી દિલ્હી, હૈદરાબાદ, મુંબઈ, પુણે, જયપુર, પશ્ચિમ બંગાળ, કોલકાતા,, ચેન્નાઈ, ગુડગાવ, ઓરિસ્સા, મધ્ય પ્રદેશ, ઉત્તર પ્રદેશ, બેંગલોર, પંજાબ, બરેલી, વલસાડ, ગાંધીધામ, જામનગર, નવસારી, રાજકોટ, અમરેલી, ભાવનગરથી ત્રણ દિવસ દરમિયાન કુલ ૯૦૩૮ મુલાકાતીઓએ સ્પાર્કલ પ્રદર્શનની મુલાકાત લીધી હતી.