

## Dla danych statystycznych targów posiadających status „UFI Approved Event” i „UFI Approved International Event”

1. Wprowadzenie .....
2. Terminologia .....
3. Podstawowe zasady .....
4. Audyt .....
5. Audytorzy .....
6. Certyfikaty UFI Audytu Targów .....
7. Postanowienia w kwestiach spornych .....

### Wprowadzenie

Prezentacja danych statystycznych targów potwierdzonych audytem zrealizowanym przez niezależnych audytorów jest jednym z fundamentów, na których opierają się standardy jakości dla targów posiadających status UFI Approved Event, co wynika z *Regulaminu Wewnętrznego UFI* (Aneks nr 1).

Niniejszy dokument opracowano w celu stosowania go wraz z *Regulaminem Wewnętrznym UFI* oraz *Standardami obliczeniowymi i definicjami statystycznymi UFI* (Aneks nr 2), zawierającymi stosowane przez UFI szczegółowe definicje i zasady dotyczące obliczania liczby zwiedzających i liczby wystawców dla targów posiadających status UFI Approved Event i UFI Approved International Event. Treść tych dokumentów celowo nie powtarza się w treści niniejszego Regulaminu, który skupia się na samym procesie audytu.

Celem niniejszego dokumentu jest dostarczenie wskazówek odnośnie sposobu prowadzenia weryfikacji statystyk targowych, odnośnie podmiotu uprawnionego do prowadzenia czynności audytu, częstotliwości audytu, certyfikatu oraz standardów publikacji danych statystycznych targów.

Nie ma potrzeby, aby kraje, które od dawna stosują sprawdzone i powszechnie zaakceptowane własne standardy w zakresie audytu statystyk targowych, zmieniały je w znaczącym stopniu. Celem ustanowienia niniejszych standardów jest podniesienie jakości przemysłu targowego, nie zaś narzucanie nowych biurokratycznych procedur.

Krajowe standardy w zakresie audytu statystyk targowych, a w niektórych przypadkach także regulacje prawne obowiązujące w danym państwie, mogą być bardziej rygorystyczne, niż zasady tu opisane. W niektórych państwach mogą również obowiązywać dodatkowe procedury. Opisane w niniejszym dokumencie standardy stanowią wymogi minimalne, a stosowanie dodatkowych wymogów nie jest sprzeczne z uznaniem niniejszych Zasad Audytu dla Targów ubiegających się o status UFI Approved Event lub już posiadających ten status.

**Koszty audytu ponoszą organizatorzy targów.** Koszty audytu w poszczególnych krajach będą różnić się i są wynikiem uzgodnień pomiędzy organizatorem a audytorem. UFI w żaden sposób nie zachęca audytorów do realizacji audytu w sposób, który będzie ekonomicznie nieopłacalny dla organizatorów targów. Z drugiej strony, organizatorzy targów, którzy chcą uzyskać bądź zachować status UFI Approved Event dla swoich targów, muszą być przygotowani na to, że poniosą koszt audytu realizowanego według rygorystycznie określonych standardów.

Organizatorzy targów mają prawo wykorzystywać potwierdzone audytem statystyki targowe do realizacji własnych celów marketingowych i badawczych, a więc do promocji swoich targów za pomocą wiarygodnych danych. UFI rekomenduje publikację potwierdzonych audytem danych statystycznych targów.

## 1. Terminologia

W celu zachowania spójności, w niniejszym dokumencie stosuje się następujące terminy dotyczące zagadnienia audytu statystyk targowych:

Audytyt ( <i>audit</i> )	Procedura certyfikacji przez niezależnego audytora przedstawionych przez organizatora targów lub firmę będącą osobą trzecią danych statystycznych w zakresie liczby wystawców i zwiedzających na targach, na potrzeby uzyskania tego standardu
Audytor/organizacja audytorska ( <i>audit association</i> )	Organizacja, najczęściej krajowa lub międzynarodowa, odpowiedzialna za rozwój i utrzymanie standardów audytu statystyk przemysłu targowego, a w niektórych wypadkach także za wybór audytorów i przetwarzanie oraz publikację krajowych statystyk targowych. Przykłady: FKM w Niemczech, ISF we Włoszech, Centrex w Europie Środkowej, EEIAC w Stanach Zjednoczonych.
Standardowy certyfikat Audytu UFI / Certyfikat Audytu ( <i>UFI Standard Audit Certificate</i> )	Standardowy dokument wydawany przez UFI, wypełniany przez organizatora targów i przez audytora statystyk targowych, zgodnie z wymogami UFI określonymi dla certyfikatu. Dokument ten jest podstawą dla raportowania do UFI danych statystycznych targów przez ich organizatora.
Raport z audytu ( <i>audit report</i> )	Raport opracowany przez audytora danych statystycznych dla organizatora targów. Raport może zawierać informację w swoim zakresie zbliżoną do tej, wymaganej Certyfikatem Audytu. Nie jest wymagany jako element raportowania do UFI, lecz jest mile widziany.
Audytor ( <i>auditor</i> )	Wykwalifikowany, niezależny partner (osoba trzecia), który uzyskał uprawnienia do przeprowadzenia czynności audytorskich według określonych tu definicji. Zwykle audytor zawiera umowę z organizatorem targów na przeprowadzenie audytu statystyk targowych.
Procedura sprawdzająca ( <i>check-back procedure</i> )	Procedura zwana także Procedurą Potwierdzenia, za pomocą której w drodze rozmowy telefonicznej lub korespondencji pisemnej z wystawcami i / lub ze zwiedzającymi, audytorzy weryfikują informację uzyskaną od organizatora targów, iż wystawcy lub zwiedzający ci faktycznie brali udział w targach, tak jak mówi o tym rejestracja danych organizatora targów.
Certyfikat kontroli statystyk targowych ( <i>statistical control certificate</i> )	Patrz: Standardowy Certyfikat Audytu UFI / Certyfikat Audytu
UFI Approved Event	Targi organizowane przez członka UFI, które spełniają kryteria wymienione w Regulaminie Wewnętrznym UFI (aneks nr 1), w tym warunek przedstawienia Certyfikatu Audytu UFI.
UFI Approved International Event	Targi zdefiniowane jak wyżej (UFI Approved Event), które dodatkowo spełniają wymóg międzynarodowości (5% zwiedzających międzynarodowych lub 10% wystawców międzynarodowych – szczegółowe informacje w Aneksie nr 1).

W celu uzyskania informacji na temat pełnej terminologii stosowanej w przemyśle targowym, użytkownicy niniejszych standardów proszeni są o zapoznanie się ze *Standardami obliczeniowymi i definicjami statystycznymi UFI (aneks nr 2)*. Dla uproszczenia, dla terminów „UFI Approved Event” oraz „UFI Approved International Event”, dalej będzie stosowany termin UFI „Approved Event”.

Szersza informacja dotycząca terminologii stosowanej w przemyśle targowym znajduje się także w Międzynarodowych Standardach ISO 25639-1 i ISO 25639-2 dla Przemysłu Targowego.

[http://www.iso.org/iso/iso\\_catalogue/catalogue\\_tc/catalogue\\_detail.htm?csnumber=43910](http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/catalogue_tc/catalogue_detail.htm?csnumber=43910)

## 2. Podstawowe zasady

Podstawowe zasady prowadzenia audytu danych statystycznych targów są następujące:

- 2.1. Aby targi mogły **uzyskać status UFI Approved Event**, organizator targów będący członkiem UFI musi przedstawić Komitetowi Członkowskiemu UFI standardowy Certyfikat Audytu sporządzony przez uprawnionego audytora, pracującego zgodnie z *Regulaminem Wewnętrznym UFI* oraz zasadami sformułowanymi w niniejszym dokumencie. Wymagane jest aby targi ubiegające się o status UFI Approved Event odbyły się co najmniej dwukrotnie. Należy przedstawić potwierdzone audytem dane statystyczne dotyczące ostatniej edycji targów. Jeśli targi poddano audytowi po raz pierwszy, w celu ubiegania się o status UFI Approved Event, wówczas kolejna edycja targów musi również być poddana audytowi.
- 2.2. W celu **utrzymania statusu UFI Approved Event** organizator targów zrzeszony w UFI musi przekazywać do Biura UFI zaktualizowany Certyfikat Audytu dla co drugiej edycji targów. Wyjątek stanowią targi, które odbywają się w cyklu co trzy lata lub rzadziej – w tym przypadku **każda** edycja targów musi być poddana audytowi.  
Przykłady: targi odbywają się co dwa lata – audyt musi odbywać się raz na cztery lata; targi odbywają się co trzy lata, każda edycja targów musi być poddana audytowi.
- 2.3. Pozytywnie zakończony audyt nie jest jednoznaczny z przyznaniem członkostwa targów w UFI lub przyznaniem targom statusu UFI Approved Event. Zgodnie z Regulaminem Wewnętrznym UFI, wszystkie aplikacje członkowskie i wnioski o przyznanie targom statusu UFI Approved Event należy przedłożyć najpierw do akceptacji Komitetowi Członkowskiemu UFI, a następnie do ostatecznej decyzji Komitetu Zarządzającego UFI.
- 2.4. Jeśli Certyfikat Audytu nie zostanie przekazany UFI zgodnie z niniejszymi minimalnymi wymogami, w okresie sześciu miesięcy od daty zakończenia targów, wówczas targi utracą status UFI Approved Event. Odzyskanie tego statusu możliwe jest tylko w przypadku przedstawienia certyfikatu audytu według omawianych standardów. Odnowienie statusu UFI Approved Event podlega decyzji Komitetu Członkowskiego UFI. Jeśli są to jedyne targi danego organizatora – członka UFI, które posiadały status UFI Approved Event, wówczas organizator ten może utracić członkostwo w UFI (*podstawa: paragraf 6.1. Statutu UFI oraz paragraf 3.6 Regulaminu Wewnętrznego UFI*).
- 2.5. Niniejsze Zasady Audytu według UFI wchodzi w życie ze skutkiem natychmiastowym dla wszystkich targów aplikujących do statusu UFI Approved Event oraz dla tych targów, które już posiadają ten status.
- 2.6. Jeśli zrzeszony w UFI organizator targów napotka na jakiegokolwiek trudności w realizacji niniejszych zasad audytu, powinien poinformować o tym Biuro UFI jeszcze przed odbyciem kolejnej edycji targów, których to dotyczy. Biuro UFO odnotuje wszystkie przypadki trudności z jakimi spotkają się członkowie i tam gdzie to możliwe, pomoże w rozwiązaniu tych problemów.

## 3. Audyt

### 3.1. Procedura audytu

Procedura audytu targów powinna, w miarę możliwości, składać się z następujących 4 elementów:

1. Ocena systemów rejestracji danych statystycznych
2. Kontrola w czasie trwania targów
3. Sprawdzenie bazy danych i procedura potwierdzająca
4. Wydanie Certyfikatu Audytu

### 3.1.1. Ocena systemów rejestracji danych statystycznych

#### *3.1.1.1. Gdy audyt targów realizowany jest po raz pierwszy*

Przed rozpoczęciem się targów, audytor musi dokonać weryfikacji metodologii liczenia danych statystycznych, poprzez zapoznanie się z systemami rejestracji danych stosowanymi przez organizatora targów w celu rejestracji wejść na targi i sprzedaży biletów wstępu, kontroli wstępu na targi oraz zarządzania bazami danych dotyczącymi rejestracji wejść i sprzedaży biletów wstępu, **zarówno w przypadku targów, które odbywają się wyłącznie w formie wydarzenia fizycznego, jak i targów, które odbywają się tylko na platformie cyfrowej, lub w postaci hybrydowej (tj. zawierającej komponenty targów w formie wydarzenia fizycznego oraz targów na platformie cyfrowej).**

W tym celu organizator targów musi udostępnić audytorowi opisy stosowanych systemów oraz umożliwić dostęp do osób zajmujących się wdrażaniem tych systemów.

Niniejsza zasada audytu nie narzuca organizatorowi obowiązku wdrożenia u siebie żadnego konkretnego systemu rejestracji danych statystycznych. Chodzi jedynie o to, aby audytor miał przekonanie, że stosowany system, niezależnie od tego czy oparty na pracy manualnej, czy elektroniczny, jest wystarczająco precyzyjny, by mógł generować prawidłowe dane statystyczne, spełniające wymogi określone w „Standardach obliczeniowych i definicjach statystycznych UFI”.

Wymagana jest przynajmniej jedna wizyta audytora w czasie trwania **targów, które odbywają się wyłącznie w formie wydarzenia fizycznego,** aby mógł on upewnić się, czy **stosowane w miejscu organizacji targów** systemy rejestracji danych działają tak, jak zaplanował to organizator targów, a także czy system kontroli rejestracji danych zapewnia prawidłowe liczenie danych.

#### *3.1.1.2. Gdy audyt targów realizowany jest po raz kolejny*

W przypadku gdy audytor podejmuje kolejne badanie statystyk targów wcześniej poddanych już audytowi, wystarcza by organizator targów:

- a. potwierdził audytorowi, że stosowany system zarządzający rejestracją sprzedaży biletów wstępu na targi oraz system kontroli wejść zwiedzających na targi nie zmieniły się od czasu poprzedniego audytu, albo
- b. dostarczył audytorowi informacji o tym, jakie zmiany miały miejsce od czasu poprzedniego audytu i zapewnił dostęp do pracowników organizatora targów, w celu uzyskania niezbędnych wyjaśnień.

Jeśli okaże się, że miały miejsce znaczne zmiany stosowanej metodologii liczenia danych statystycznych, albo miała miejsce zmiana organizatora targów lub firmy będącej osobą trzecią dokonującej rejestracji danych, audytor powinien zaproponować dodatkową wizytę, której także może zażyczyć sobie UFI.

Audytor musi mieć możliwość zweryfikowania wszelkich danych statystycznych targów i dlatego powinien mieć prawo wejścia na targi w dowolnym czasie, bez wcześniejszego powiadomienia organizatora o tej wizycie. **To powód, dla którego audyt nie może odbywać się wyłącznie po zakończeniu trwania targów.**

### 3.1.2. Kontrola podczas trwania targów

Oprócz kontroli wyżej opisanych systemów rejestracji danych, audytor powinien także dokonać inspekcji w trakcie trwania targów, porównać otrzymaną listę wystawców z listą w katalogu oraz z planem lokalizacji wystawców i upewnić się czy wymienieni wystawcy są faktycznie obecni na targach i zajmują przypisaną im w dokumentach powierzchnię. Zwykle dla stwierdzenia powyższego wystarczy ocena wzrokowa dokonana przez audytora, co oznacza, że UFI nie wymaga by audytor przeprowadził dokładne pomiary stoiska, chyba, że istnieją przesłanki do stwierdzenia, że wymiary stoiska różnią się od wymiarów podanych w dokumentach.

**W przypadku kiedy badane są targi odbywające się na platformie cyfrowej, audytor powinien odwiedzić te targi wirtualnie i sprawdzić, czy wszystkie firmy, które są wymienione na liście prezentowanej przez organizatora targów jako wystawcy na tych targach, są faktycznie obecne cyfrowo na tych targach.**

Oczekuje się, że audytorzy będą prowadzili prace kontrolne podczas trwania targów, w taki sposób, że czynności te nie będą w żaden sposób zakłócały rytmu pracy pracowników organizatora targów, ani wpływały na jakość

pobytu na targach wystawców i zwiedzających. Organizator targów ma obowiązek zachować dokumenty i zapisy, na podstawie których dokonano obliczeń statystyk targowych, do czasu pomyślnego zakończenia ostatniego etapu prac audytorskich, a w tych wypadkach, gdy dostępne są dowody w postaci biletów i dokumentów rejestracyjnych, do zachowania ich, co pozwoli audytorowi zweryfikować dane liczbowe dotyczące zwiedzających po zakończeniu trwania targów. Audytorzy muszą mieć możliwość wejścia na targi w czasie ich trwania tyle razy, ile jest to potrzebne.

### 3.1.3. Powtórny przegląd bazy danych oraz procedura potwierdzania

Po zakończeniu targów audytorzy powinni przeprowadzić powtórny przegląd bazy danych i/lub rejestrów sprzedaży biletów wstępu na targi (w zależności od charakteru targów), aby upewnić się, czy wynikające z nich dane statystyczne dotyczące liczby zwiedzających na targach oraz liczby wejść zwiedzających na targi pokrywają się z danymi przedstawionymi przez organizatora targów. **Dla udokumentowania liczby zwiedzających międzynarodowych oraz udziału procentowego zwiedzających międzynarodowych, rejestracji musi podlegać każdy zwiedzający międzynarodowy.** Tam, gdzie to możliwe, należy zastosować procedury potwierdzania liczby osób wchodzących na targi drogą kontaktu telefonicznego lub korespondencji pisemnej.

### 3.1.4. Wydawanie certyfikatów audytu i raportów

Kiedy audytor zakończy realizację wymienionych wyżej trzech etapów audytu, może wówczas wydać jeden lub oba z następujących dokumentów:

1. W przypadku gdy dane statystyczne targów mają zostać przedłożone UFI dla celów wszczęcia procedury przyznania targom statusu UFI Approved Event, audytor musi wydać Certyfikat UFI Audytu Targów, zawierający dane statystyczne liczone według obowiązujących standardów UFI, podpisany i oznaczony pieczęciami organizatora targów – członka UFI oraz firmy audytorskiej. Podstawowe dane statystyczne zawarte w certyfikacie audytu są przeznaczone do informacji publicznej. Za podstawowe dane uważa się: liczbę ogółem zwiedzających / wejść na targach lub w podziale na zwiedzających międzynarodowych i krajowych, liczbę ogółem wystawców krajowych / międzynarodowych oraz wielkość powierzchni targowej wynajętej przez tych wystawców, liczonej w mkw. w analogicznym podziale.
2. Audytor może również sporządzić, na życzenie organizatora targów lub innej krajowej instytucji audytorskiej, bardziej szczegółowy raport z audytu targów. Raport taki może być wykorzystywany przez organizatorów targów w celach promocji tych targów albo przez krajową organizację publikującą zebrane w skali kraju dane statystyczne targów. Raport taki może być przesłany do wiadomości UFI, lecz nie jest wymagany dla celów procedury przyznania targom statusu UFI Approved Event.

## **3.2. Częstotliwość audytu**

Przynajmniej co druga edycja targów musi być poddana audytowi, z wyjątkiem targów, które organizowane są w cyklu co trzy lata lub rzadziej. W tych przypadkach każda edycja musi być poddana audytowi. Wyjątek stanowią targi, które w związku z ubieganiem się o status UFI Approved Event, zostały poddane audytowi po raz pierwszy. W przypadku tych targów audytowi musi być poddana również następna edycja targów.

UFI preferuje jednakże i zaleca, aby targi poddawane były audytowi za każdym razem kiedy są organizowane.

## **4. Audytorzy**

### **4.1. Organizacje uprawnione do prowadzenia audytu**

Organizacjami uprawnionymi do realizacji audytu mogą być wynajęte firmy trudniące się audytem lub odpowiednio przeszkolone instytucje, które wcześniej muszą uzyskać upoważnienie od UFI na realizację audytu statystyk targowych w celu poświadczenia danych na potrzeby przyznania targom statusu UFI Approved Event.

Następujące instytucje są uprawnione do prowadzenia audytu targów dla UFI:

1. Uznane na arenie międzynarodowej niezależne instytucje zajmujące się audytem finansowym.

2. Niezależne firmy specjalizujące się w audytach dla branży mediów, w tym dla targów.
3. Stowarzyszenia lub organizacje, powołane specjalnie w celu zarządzania audytem danych statystycznych targów i wystaw oraz gromadzenia i rozpowszechniania krajowych lub międzynarodowych danych statystycznych targów i wystaw. Generalnie jednakże krajowe stowarzyszenie przemysłu targowego, działające jako takie i nie powołane w celach audytu statystyk targowych, nie będzie uznane jako organizacja upoważniona do wystawiania certyfikatu audytu dla targów.

#### 4.2. Wydawanie uprawnień audytorom

Ponieważ jednym z celów audytu jest dostarczenie UFI „Certyfikatu Audytu”, po to aby targi mogły uzyskać status UFI Approved Event, auditor musi wcześniej uzyskać od UFI uprawnienia do prowadzenia prac audytorskich.

Osoba odpowiedzialna za prowadzenie audytu w imieniu uprawnionej organizacji musi posiadać odpowiednie doświadczenie w tym zakresie lub blisko współpracować z UFI w celu uzyskania pełnych informacji na temat wymogów dotyczących audytu.

Od momentu otrzymania zgody UFI na prowadzenie audytu, auditor może zajmować się audytem danych statystycznych targów oraz wydawać certyfikaty audytu, których okres ważności ustalany jest przez UFI.

Aby uzyskać uprawnienia UFI, auditor powinien przedstawić:

1. Dokument potwierdzający zgodę organu decyzyjnego firmy reprezentowanej przez audytora na wydawanie przez niego certyfikatów audytu.
2. Oświadczenie odnośnie doświadczenia organizacji, którą audytor reprezentuje w zakresie audytu danych statystycznych targów (lub podobnych prac audytorskich).
3. Oświadczenie, że audytor posiada znajomość przepisów określonych w *Zasadach Audytu UFI* danych statystycznych targów posiadających status UFI Approved Event, znajomość *Standardów obliczeniowych i definicji statystycznych UFI* oraz, że prowadzone przez niego prace audytorskie będą przebiegać zgodnie z tymi standardami.
4. Nazwisko i adres poczty elektronicznej osoby uprawnionej do prowadzenia audytu – będzie ona sukcesywnie otrzymywała informację aktualizującą w przypadku zmian zasad audytu UFI.
5. UFI wyraża nadzieję, że osoby uprawnione przez UFI do prowadzenia audytu, w miarę możliwości będą brały udział w szkoleniach i spotkaniach informacyjnych organizowanych od czasu do czasu przez UFI.

#### 5. Certyfikaty UFI Audytu Targów

Certyfikat UFI Audytu Targów jest dokumentem UFI i powinien zostać wypełniony w języku angielskim przez organizatora targów oraz przez audytora. Zgodnie ze standardami, certyfikat ten zawiera następujące informacje:

##### Informacje ogólne:

- nazwę targów,
- nazwę organizatora targów (firmy lub innej organizacji),
- **informację na temat formatu targów (czy jest to wydarzenie odbywające się w fizycznie, czy targi na platformie cyfrowej, czy targi w formule hybrydowej łączące cechy dwóch poprzednich),**
- nazwę obiektu, w którym organizowane są targi,
- daty rozpoczęcia i zakończenia targów,
- liczbę poprzednich edycji targów,
- daty poprzednich edycji targów i informację czy edycje te zostały poddane audytowi,
- nazwę i adres audytora,
- nazwisko i podpis osoby na stanowisku kierowniczym wyższego szczebla, nadzorującej realizację audytu, a także oficjalną pieczęć audytora.

##### Informacje statystyczne:

Aby Certyfikat Audytu mógł być podstawą przyznania targom status UFI Approved Event, musi on zawierać następujące informacje statystyczne:

- liczbę ogółem zwiedzających i/lub wejść na targach liczonych według „*Standardów i definicji statystycznych UFI*”,
- podział zwiedzających i/lub wejść na targach na zwiedzających krajowych i międzynarodowych,

- liczbę ogółem wystawców, liczonych według „Standardów i definicji statystycznych UFI”,
- podział wystawców na wystawców krajowych i międzynarodowych,
- całkowitą powierzchnię targową netto (wraz z podziałem na powierzchnię krytą i otwartą).

Certyfikat audytu musi odwoływać się do dokumentu „Zasady Audytu dla targów UFI Approved Event” jako podstawy przeprowadzonego audytu, wraz z podaną datą jego publikacji, po to aby UFI mogło zweryfikować, czy audyt został zrealizowany z uwzględnieniem aktualnych zasad i definicji. Certyfikat musi też zawierać informację na temat systemu rejestracji zwiedzających stosowanego w miejscu odbywania się targów oraz adnotację, czy jest to system manualny czy elektroniczny.

## 6. Postanowienia w kwestiach spornych

### 6.1. Nieprawidłowości

W przypadku gdy UFI jest przekonane o tym, że przedstawione dane statystyczne mogą być nieprawidłowe albo, że procedura audytu nie była właściwie przeprowadzona, podjęte zostaną następujące kroki:

1. Organizator targów zostanie poproszony o udzielenie odpowiedzi na szczegółowe pytania dotyczące przedłożonych danych lub procedury audytu.
2. Odpowiedzi na te pytania należy przedstawić UFI w terminie jednego miesiąca.
3. Po otrzymaniu odpowiedzi na zadane pytania, a także w przypadku, gdy odpowiedź nie jest przekazana, Komitet Członkowski UFI ma prawo zażądać ponownego audytu statystyk targów, których nieprawidłowości dotyczą, przeprowadzonego przez innego audytora. Kosztami powtórnego audytu zostanie obciążony organizator – członek UFI. Komitet Członkowski UFI ma też prawo zaproponować odwołanie Statusu „UFI Approved Event” dla tych targów, a także wygaśnięcie członkostwa UFI.

### 6.2. Reklamacje

Jeśli członek UFI ma powody by sądzić, że dane statystyczne targów przedstawione przez innego członka UFI w celu przyznania targom statusu „UFI Approved Event” są nieprawidłowe, ma prawo złożyć reklamację do Komitetu Członkowskiego UFI.

Reklamacja taka zostanie rozpatrzona z uwzględnieniem procedur opisanych w punkcie 6.1.

Jeśli UFI uzyska przekonanie, że złożona reklamacja jest nieuzasadniona, a przedstawione statystyki targów okazały się poprawne, składający reklamację zostanie poinformowany o tym fakcie, a postępowanie UFI nie będzie dalej kontynuowane.

Jeśli dane statystyczne targów zostają zmienione i/ lub zorganizowany jest ponowny audyt targów, składający reklamację zostanie poinformowany o końcowym wyniku audytu, lecz niekoniecznie uzyska informację o szczegółach badania.

Każda reklamacja zostanie dokładnie zbadana przez UFI i podjęte będzie odpowiednie postępowanie wyjaśniające. Pewne przypadki reklamacji mogą wymagać nietypowego podejścia, o którym zdecyduje UFI jeśli uzna, że jest to konieczne.

- Aneks 1 -

## 7. Regulamin Wewnętrzny UFI

### Art. 3. Procedura przyznawania statusu UFI Approved Event

#### Artykuł 3.1. – Warunki uzyskania statusu UFI Approved Event

O przyznanie targom statusu UFI Approved Event ubiegać może się jedynie organizator targów – członek UFI lub firma ubiegająca się o członkostwo UFI w kategorii organizator targów.

**Targi ubiegające się o status UFI Approved Event muszą spełniać poniższe kryteria:**

- o Zarówno w przypadku targów, które odbywają się w formie fizycznego wydarzenia, jak i targów w postaci hybrydowej, należy przedstawić potwierdzone audytem dane statystyczne dotyczące całkowitej powierzchni wynajętej netto, liczby wystawców krajowych i międzynarodowych oraz liczby zwiedzających lub ich wejść na targi, traktowanych jako równoważne, liczonych według „Zasad Audytu UFI dla danych statystycznych dla targów UFI Approved Event”. Dokument ten zawiera definicje i opisuje metody liczenia wystawców, zwiedzających i wejść na targi.

Te dane statystyczne muszą zostać w sposób obiektywny potwierdzone przez wyspecjalizowaną organizację zajmującą się audytem, niezależną firmę audytorską lub posiadającego odpowiednie uprawnienia specjalistę biegłego księgowego, którzy wcześniej uzyskali certyfikację / uprawnienia UFI w zakresie prowadzenia audytu. Co najmniej co druga edycja targów musi być poddana audytowi, z wyjątkiem targów, które odbywają się raz na trzy lata lub rzadziej. W przypadku tych targów, audytowi musi być poddawana każda edycja targów. Jedyny wyjątek stanowią targi, które poddane zostały audytowi po raz pierwszy, w celu ubiegania się o status UFI Approved Event. W tym przypadku także następna edycja tych targów musi zostać poddana audytowi.

- o Aby wyniki audytu mogły zostać uznane za ważne, organizator targów musi stosować system rejestracji danych statystycznych w zakresie wejść na targi.
- o W przypadku targów międzynarodowych ubiegających się o status UFI Approved Event”, w chwili składania wniosku targi te musiały wcześniej odbyć się co najmniej dwukrotnie, za każdym razem spełniając warunek targów międzynarodowych.
- o Targi powinny odbywać się w odpowiednich warunkach lokalowych mających charakter stały, zapewniających zwiedzającym i wystawcom odpowiedniej jakości usługi, takie jak wyraźne oznakowanie, toalety, catering, transport, dostęp dla osób niepełnosprawnych oraz służyć użytkownikom wszelkimi niezbędnymi usługami, w szczególności recepcją, doradztwem i informacją dla wystawców i międzynarodowych zwiedzających.
- o Obiekt targowy musi w pełni sprawnie funkcjonować, być w dobrym stanie oraz stosować skuteczne procedury bezpieczeństwa i w zakresie ochrony zdrowia.
- o Zgłoszenia udziału wystawców w targach, materiały reklamowe i katalog targowy powinny być wydane nie tylko w języku kraju, w którym odbywają się targi, ale także przynajmniej w jednym innym języku, najlepiej w języku angielskim. Dokumenty i materiały te mogą być w formie elektronicznej.
- o Organizator targów musi posiadać czytelne zestawienie zasad i przepisów obowiązujących dla targów, a także zwięzłą listę produktów, które zostały dopuszczone jako eksponaty.

- o Targi powinny mieć stały program oraz czas trwania, w którym mogą zachodzić równoczesne (zbieżne w czasie) interakcje pomiędzy zwiedzającymi a wystawcami. Organizator targów określa oficjalne daty i godziny otwarcia targów, których czas trwania nie może przekraczać trzech tygodni. W tak określonym czasie trwania targów, które odbywają się na platformie cyfrowej, w celu umożliwienia dostępu do tych targów zwiedzającym ze wszystkich stref czasowych, przyjmuje się, że targi te są otwarte (dostępne) pełną dobę (24 godziny) chyba, że organizator postanowi inaczej.

- o Mogą zdarzać się przypadki dostępu zwiedzającego do targów na platformie cyfrowej poza ustanowionymi ramami czasowymi (datami i godzinami) otwarcia targów, a więc gdy, jak wynika z definicji, nie zachodzą równoczesne interakcje z wystawcami, czyli targi są zamknięte. Wówczas taki dostęp nie spełnia kryteriów definicji „zwiedzającego” na targach na platformie cyfrowej, a zatem nie może on zostać uwzględniony w liczbie zwiedzających.



Aby targi mogły uzyskać status UFI Approved International Event, muszą spełniać następujące dodatkowe kryteria:

- muszą mieć charakter "międzynarodowy", tj. spełniać jeden z następujących wymogów:
  - ✚ liczba ogółem wystawców bezpośrednich zagranicznych i wystawców wielonarodowych musi stanowić co najmniej 10% liczby wystawców ogółem (obie te kategorie powinny być w sposób wyraźny wskazane w certyfikacie audytu),
  - ✚ lub liczba zwiedzających zagranicznych albo liczba ich wejść musi stanowić co najmniej 5% liczby ogółem tych zwiedzających lub odpowiednio, ich wejść. W przypadku targów, które są skierowane także dla publiczności, ten udział procentowy powinien być wyliczony na podstawie liczby profesjonalnych zwiedzających lub ich wejść, o ile zwiedzający ci są identyfikowalni.

Targi, które ubiegają się o status „UFI Approved Event”, w momencie złożenia aplikacji musiały wcześniej co najmniej dwukrotnie spełniać powyższe kryteria międzynarodowości.

Targi, które wcześniej były uznane za „międzynarodowe”, po spełnieniu powyższych kryteriów, w przypadku gdy z dwóch ostatnich raportów z audytu wynika, że przestały te kryteria spełniać, będą obecnie zakwalifikowane jako targi „UFI Approved Event”, nie zaś jako targi „UFI Approved International Event”.

---

- Aneks 2 -

## 8. Standardy obliczeniowe i definicje UFI

### A. Standardy obliczeniowe dla powierzchni targowej

Dla **ORGANIZATORA** – daną statystyczną (liczbą), którą należy udokumentować i posługiwać się jest „całkowita powierzchnia targowa netto”, zdefiniowana jako: całkowita powierzchnia targowa – kryta i otwarta – zajmowana przez wystawców. Powierzchnia ta zwana jest również „powierzchnią wynajętą (na podstawie umowy)” i składać się na nią może zarówno powierzchnia wynajęta odpłatnie, jak i nieodpłatnie. Do całkowitej powierzchni targowej wlicza się również powierzchnię wynajętą na pokazy specjalne (pokazową) mające bezpośredni związek z tematyką targów.

Dla **OPERATORA CENTRUM TARGOWEGO** – daną statystyczną liczbą / kategorią, którą powinien posługiwać się jest „całkowita powierzchnia wystawiennicza brutto”. Jest to powierzchnia całkowita oddana do użytku przez operatora centrum targowego dla organizatorów targów lub też całkowita powierzchnia wykorzystana na targi, wraz z powierzchnią przejść. Do powierzchni tej nie wlicza się powierzchni wykorzystywanej na usługi cateringowe, biura, magazyny itp.

*Przy podawaniu wszelkich danych liczbowych dotyczących wielkości powierzchni należy zawsze posługiwać się pojęciami „powierzchnia całkowita netto” lub „powierzchnia całkowita brutto”.*

**W przypadku targów, które odbywają się na platformie cyfrowej, wielkość powierzchni targowej zajmowanej przez wystawcę nie jest wymaganym parametrem. Wystarczy podać liczbę wystawców oraz ich kwalifikację do wystawców krajowych i międzynarodowych.**

### B. Standardy obliczeniowe dla liczby wystawców

#### B.1. Wystawcy (wystawcy „bezpośredni”)

Liczeniu podlegać będą jedynie wystawcy (wystawcy “bezpośredni”). Za takich uznaje się zarówno wystawców głównych, jak i współwystawców.

Za wystawców głównych uważa się wystawców, którzy podpisują umowę bezpośrednio z organizatorem targów.

Współwystawcami są te organizacje / firmy obecne na stoisku wystawcy, które zatrudniają na tym stoisku własny personel i prezentują własne wyroby i/ lub usługi. Muszą być one łatwe do zidentyfikowania na kilka sposobów, np. w taki sposób, że zostali wymienieni w formularzu zgłoszeniowym wypełnionym przez głównego wystawcę lub potwierdzeni przez podmiot oficjalnie koordynujący wystąpienie targowe lub figurują w formularzach zgłoszenia do katalogu targów.

W przypadku uczestnictwa kolektywnego, powierzchnia musi być wynajęta i opłacona przez wystawcę organizującego uczestnictwo kolektywne. Powierzchnię tą dzieli kilku uczestników targów, którzy są uznawani za współwystawców pod warunkiem, że zajmują swój własny fragment powierzchni, prezentują się na niej pod własną nazwą oraz prezentują swoje własne wyroby z pomocą własnego personelu.

Jeśli któryś z powyższych warunków nie jest spełniony, wystawcy ci są uznawani za „firmy reprezentowane” (tzw. wystawców „pośrednich”) i nie mogą być wliczani do liczby wystawców.

***W oficjalnych informacjach odwołujących się do standardów UFI lub do przyznania targom statusu UFI Approved Event, wolno posługiwać się wyłącznie liczbami dotyczącymi wystawców bezpośrednich.***

## **B.2. Firmy reprezentowane (wystawcy “pośredni”)**

Firmy reprezentowane to organizacje / firmy, które nie są obecne na stoisku za pośrednictwem własnego personelu, zaś ich wyroby i usługi są prezentowane na stoisku wystawcy głównego lub współwystawcy.

*Firmy reprezentowane nie są brane pod uwagę przy liczeniu liczby wystawców ogółem.*

**B.3. Aby uniknąć nieporozumień** należy jasno podać, która kategoria wystawców była przedmiotem obliczeń.

## **C. Narodowość wystawcy**

O narodowości wystawcy decyduje adres firmy biorącej udział w targach / organizacji wpisany do umowy z organizatorem targów.

W przypadku gdy adres nie oddaje prawdziwej narodowości wystawcy, organizator targów może uznać narodowość wystawcy na podstawie złożonej przez niego osobnej deklaracji. Nie jest dopuszczalne samodzielne kwalifikowanie narodowości wystawcy przez organizatora.

W przypadku, gdy istnieje wątpliwość co do narodowości wystawcy, siedziba główna firmy biorącej udział w targach / organizacji powinna przedstawić oświadczenie stwierdzające, że reprezentująca ją firma / oddział działa w jej imieniu.

Jeśli w liczbie wystawców na targach odbywających się na platformie cyfrowej są wystawcy z więcej niż jednego państwa, czyli mamy do czynienia zarówno z wystawcami krajowymi jak i zagranicznymi, to targi te mają charakter „międzynarodowy”. Państwo, z którego pochodzi największa liczba zwiedzających uznaje się za państwo – gospodarza targów. Zatem jeśli adres siedziby firmy wystawcy znajduje się w państwie będącym gospodarzem targów, to wystawcę tego uznaje się za wystawcę „krajowego”. Wystawców pochodzących z innych państw uznaje się zaś za wystawców „zagranicznych”.

W przypadku targów odbywających się fizycznie lub targów hybrydowych, państwo, w którym targi te mają miejsce uznawane jest za państwo – gospodarza targów. Wystawcę, którego adres siedziby znajduje się w państwie będącym gospodarzem targów, uznaje się za wystawcę „krajowego”. Wystawcy z innych państw będą wliczeni do liczby wystawców „zagranicznych”.

## **D. Standardy obliczeniowe dla liczby zwiedzających, wizyt i wejść**

***Celem liczenia zwiedzających jest chęć dostarczenia wystawcom informacji na temat liczby potencjalnych klientów, z którymi mogą się oni spotkać podczas udziału w targach.***

### **D.1. Ramy czasowe dla liczenia zwiedzających**

Liczenie zwiedzających odbywać się będzie **tylko** w czasie oficjalnych godzin otwarcia targów, w którym mogą zachodzić równoczesne (zbieżne w czasie) interakcje pomiędzy zwiedzającymi a wystawcami. „Godziny otwarcia” targów organizator określa osobno dla tej części targów, która odbywa się fizycznie, i tej, która odbywa się na platformie cyfrowej (patrz. Punkt 3.1.).

#### D.2. “Wejście” (ang. „Entry” / “Admission”)

To każdorazowe pojedyncze wejście osoby na teren targów w czasie oficjalnych godzin otwarcia targów dla publiczności.

#### D.3. Wizyty / wejścia zwiedzających (ang. “Visits” / „Visitor Entries”)

Wizytą na targach jest wstęp osoby, która wchodzi na targi odbywające się fizycznie w oficjalnym dniu i godzinach ich otwarcia i posiada dokument uprawniający ją do wejścia, albo odwiedza targi odbywające się na platformie cyfrowej i posiada unikalny identyfikator, oraz która reprezentuje grupę docelową branży, oczekiwaną przez organizatorów i wystawców na tych targach.

Do liczby „wizyt” na targach odbywających się fizycznie lub na platformie cyfrowej wlicza się wejścia:

- osób, które nabywają bilety przy wejściu na targi,
- osób, które zakupiły bilety przed rozpoczęciem targów **ORAZ** weszły na targi,
- osób, które posiadają zaproszenie lub zakupiły bilet zniżkowy **ORAZ** weszły na targi,
- osób przybywających na targi z biletem sezonowym.

Każda osoba może być liczona tylko raz dziennie.

Do liczby “wizyt” na targach nie wlicza się wejść:

- pracowników organizatora targów i operatora centrum targowego,
- pracowników firm świadczących usługi targowe,
- pracowników firm biorących udział w targach / organizacji,
- prelegentów na targach,
- przedstawicieli mediów.

#### D.4. Zwiedzający („Visitor”)

Zwiedzającym jest osoba, która przybywa na targi odbywające się fizycznie lub na platformie cyfrowej. Zwiedzający jest liczony tylko raz podczas trwania całych targów, niezależnie od liczby wejść na targi.

Jeśli organizator targów oferuje zwiedzającym zarówno możliwość udziału w targach odbywających się fizycznie, jak i w targach na platformie cyfrowej, liczbę zwiedzających należy podać w następujący sposób (oddzielnie dla każdej poniższej grupy):

- unikalni zwiedzający uczestniczący tylko w targach na platformie cyfrowej
- unikalni zwiedzający uczestniczący tylko w targach odbywających się fizycznie,
- jeśli to możliwe, unikalni zwiedzający uczestniczący w targach w obu formułach tj. zarówno w formie fizycznej jak i na platformie cyfrowej tj. niepowielona liczba obu zestawów zwiedzających (liczba zwiedzających netto).

#### D.5. Wizyty powtarzalne („Repeat Visits”)

Wizytą powtarzalną jest każda dodatkowa wizyta zwiedzającego po odbyciu pierwszej wizyty na targach, która może być udokumentowana. W tym wypadku również liczy się jedna wizyta na dzień.

#### D.6. Liczba wizyt ogółem (D.4 + D.5)

Liczba wizyt ogółem równa się sumie liczby zwiedzających oraz wizyt powtarzalnych.

#### D.7. Frekwencja ogółem („Total attendance”)

Frekwencja ogółem równa się sumie liczby zwiedzających, personelu wystawców, prelegentów i przedstawicieli mediów na targach.

Dla podsumowania D.6 i D.7:

<b>Zwiedzający</b> (liczeni tylko raz)	<b>+ wizyty powtarzalne</b>	<b>= wizyty ogółem</b>
<b>+ Personel Wystawców</b>		
<b>+ Prelegenci</b>		
<b>+ Przedstawiciele mediów</b>		
<b>= Frekwencja Ogółem</b>		

#### D.8. Komunikowanie danych statystycznych i certyfikacja targów „UFI Approved Event”

UFI dopuszcza komunikowanie danych liczbowych dotyczących “wizyt” lub “zwiedzających” na targach.

W każdym przypadku definicja zastosowanego określenia “wizyta” lub “zwiedzający” musi być zrozumiała w kontekście zastosowania tego terminu. Wówczas stanowić będzie prawdziwą informację statystyczną podawaną w komunikatach, informacjach prasowych i dla celów promocyjnych.

#### E. Zwiedzający (lub wizyty) krajowi i międzynarodowi

“Narodowość” zwiedzającego określa się na podstawie jego siedziby, która musi być podana w formularzu rejestracyjnym zwiedzającego, gdzie wymieniony jest jego adres za granicą. Za wizyty zagraniczne lub międzynarodowe uznaje się wizyty zwiedzających posiadających siedzibę w innym państwie, niż państwo, w którym odbywają się targi \*. Jeśli targi odbywają się tylko na platformie cyfrowej, za „państwo”, w którym odbywają się targi uznaje się „państwo”, z którego pochodzi największa liczba zwiedzających na platformie cyfrowej. Wszystkich pozostałych zwiedzających uznaje się za zwiedzających „zagranicznych”.

Jeśli organizator nie ma możliwości stosowania systemu indywidualnej rejestracji zwiedzających, może uzyskać zgodę UFI na przeprowadzenie badania próby reprezentatywnej zwiedzających, w celu określenia udziału procentowego zwiedzających zagranicznych w ich ogólnej liczbie. Badanie takie powinna przeprowadzić firma zajmująca się badaniami rynkowymi i uznana za niezależną firmę audytorską. Poświadczenie takiego badania musi zawierać informację na temat zastosowanej metody próby reprezentatywnej.

Jeśli targi są otwarte również dla publiczności, dopuszcza się, że liczeniu będą podlegać jedynie zwiedzający profesjonaliści z branży z zagranicy. Ich liczba będzie liczona i odnoszona do liczby ogółem wizyt zwiedzających profesjonalistów, liczonych najlepiej w systemie pojedynczej rejestracji zagranicznych zwiedzających. Certyfikat wydany przez audytora musi zawierać informację na temat zastosowanej metody liczenia.

\* państwa należące do Unii Europejskiej liczone są oddzielnie.

-----

**Informacja:** Powyższe standardy i definicje są stosowane przez UFI i członków UFI na całym świecie w odniesieniu do targów ubiegających się o status UFI Approved Event oraz przyjętych do UFI i spełniających te kryteria UFI. Obecnie 921 targów posiada status „UFI Approved Event” (marzec 2021).