

„Standardy obliczeniowe i definicje statystyczne dla targów i wystaw organizowanych przez członków Polskiej Izby Przemysłu Targowego”

(dokument jest załącznikiem do uchwały Walnego Zgromadzenia PIPT nr 36/WZ/2007
w sprawie dobrowolnej kontroli danych statystycznych targów i wystaw organizowanych przez Członków PIPT,
ze zmianami: uchwałami Walnego Zgromadzenia PIPT nr: 36/WZ/2008, 33/WZ/2009, 31/WZ/2015 i 10/WZ/2018)

Niniejsze definicje i standardy PIPT są zgodne z międzynarodowymi standardami i definicjami UFI - Światowego Stowarzyszenia Przemysłu Targowego oraz audytora CENTREX - Międzynarodowego Związku Statystyk Targowych.

I. POWIERZCHNIA TARGOWA

I. 1. Powierzchnia targowa

Powierzchnię targową oraz dane statystyczne dotyczące wielkości stoiska targowego podaje się w metrach kwadratowych (mkw.).

Na całkowitą powierzchnię targową netto (**I.1.3.**) - składa się suma:

I.1.1.a - całkowitej powierzchni wynajętej przez wystawców, za którą wystawiono faktury i która zajmowana jest przez wystawców przez cały czas trwania targów, i

I.1.1.b - całkowitej powierzchni wynajętej wystawcom na podstawie innych, niż umowa najmu, dokumentów, pod warunkiem, że powierzchnia ta jest użytkowana w taki sposób, że dostępna jest dla zwiedzających przez cały okres trwania targów, oraz:

I.1.2. - specjalnej powierzchni pokazowej*, tj. takiej, która nie jest związana z żadnym konkretnym wystawcą, a na której odbywają się występy, pokazy, konkursy (np. scena), związane tematycznie z odbywającymi się targami.

*** objaśnienia 1:

- w przypadku występu na scenie o wymiarach 4 m x 5 m, specjalna powierzchnia pokazowa wyniesie 20 m²; w przypadku pokazu mody na wybiegu o wymiarach 1 m x 15 m - specjalna powierzchnia pokazowa wyniesie 15 m² - niezależnie od tego jak duża jest powierzchnia, na której znajdują się obserwujący występ / pokaz zwiedzający i wystawcy targów;
- w przypadku konferencji organizowanej pośrodku pawilonu targowego, na obszarze zaaranżowanym specjalnie w tym celu, ze stanowiskiem dla prelegenta, rzędami krzeseł dla słuchaczy itp., w której to konferencji uczestniczyć może bez ograniczeń (tzn. bez potrzeby posiadania dodatkowego biletu lub zaproszenia upoważniającego do wstępu) każdy zwiedzający/ wystawca - obszar ten należy uznać za specjalną powierzchnię pokazową;
- powierzchni oddzielnych sal konferencyjnych, do których dostęp jest ograniczony, bowiem wymagane jest posiadanie dodatkowego biletu lub zaproszenia, nie wlicza się do specjalnej powierzchni pokazowej.

I.1.4. Przepisy specjalne

Powierzchnia wynajęta stoiska kolektywnego (inaczej: zbiorowego) może być liczona ogółem (jako powierzchnia wynajęta, na podstawie faktury), albo poprzez zsumowanie powierzchni zajmowanej przez poszczególnych wystawców (na podstawie planu stoiska, pod warunkiem, że przedstawia on dokładnie tej wielkości powierzchnię, za którą organizator stoiska zbiorowego został obciążony fakturą).

Powierzchnię stoisk piętrowych należy liczyć według faktury.

I. 2. Dane jakościowe dotyczące powierzchni targowej

I.2.1. Całkowita powierzchnia targowa netto (I.1.3.) dzieli się na:

- powierzchnię krytą*, tj. wynajętą w pawilonach oraz
- powierzchnię otwartą*, tj. wynajętą na terenie otwartym:
 - a) w obrębie terenów targowych, b) poza terenem obiektu*.

*** objaśnienia 2:

- *powierzchnia otwarta – to powierzchnia, na której zwiedzający znajduje się „pod gołym niebem”, nawet wówczas, gdy wystawca został zlokalizowany w namiocie, lecz ścieżka przejścia zwiedzających znajduje się pod gołym niebem;*
- *za powierzchnię krytą uważa się powierzchnię gdy więcej niż jeden wystawca został zlokalizowany w tym samym namiocie, zaś ścieżka przejścia zwiedzających pomiędzy stanowiskami/stoiskami wystawców znajduje się również w namiocie;*
- *powierzchnia otwarta poza terenem obiektu – to powierzchnia targów, które są w całości organizowane poza obiektem targowo-konferencyjnym – np. w lesie, w parku, na molo, na ulicy itp.*

I.2.2. Całkowita powierzchnia targowa brutto (targów / wystawy)

Całkowita powierzchnia targowa brutto (targów) to całkowita powierzchnia targowa netto wraz z powierzchnią sąsiadujących przejść oraz powierzchni usługowych.

Powierzchnia targowa brutto to inaczej również*: zajęta przez targi/wystawę powierzchnia brutto w obiekcie /na terenie targowym.

Danymi dotyczącymi powierzchni brutto targów mogą posługiwać się wyłącznie podmioty, które posiadają tytuł prawny do dysponowania danym obiektem targowym.

*** objaśnienie 3:

- *.... „również” – ta uwaga dotyczy przykładowych standardów FKM (Niemcy), gdzie powierzchnię brutto targów / wystawy liczy się sumując powierzchnię stoisk oraz powierzchnię sąsiadujących / przyległych przejść i powierzchni usługowych.*
- *W praktyce przyjmowano, że powierzchnia zajęta przez stoiska targowe stanowiła ok. 60 % powierzchni brutto targów / wystawy. Do powierzchni brutto nie wlicza się powierzchni wykorzystanej na catering, sale konferencyjne itp.*

Polska Izba Przemysłu Targowego obecnie nie bada i nie podaje tej kategorii, wychodząc z założenia, że jest ona nieporównywalna dla różnych targów, choćby ze względów technicznych. W różnych pawilonach targowych, na różnych targach z reguły różna jest szerokość przejść pomiędzy stoiskami i gęstość zlokalizowanych stoisk.

I.2.3. Kontrola danych dotyczących powierzchni targowej

Kontrola danych dotyczących całkowitej powierzchni targowej netto winna odbywać się:

- w przypadku powierzchni wynajętej - na podstawie badania faktur,
- w przypadku powierzchni udostępnionej wystawcom na podstawie innych, niż umowa najmu, dokumentów - na podstawie przedłożonych stosownych dokumentów,
- w przypadku specjalnej powierzchni pokazowej - na podstawie planów lokalizacji na przestrzeni (planów powierzchni) krytej /otwartej organizatora.

Dokumenty te są jednocześnie dokumentami stwierdzającymi dane jakościowe.

II. WYSTAWCY

II.1. Dane liczbowe

II.1.1. Liczba wystawców

II.1.1.1. Za wystawcę uznaje się tego, kto odpłatnie, w oparciu o kontrakt z organizatorem targów lub na podstawie umowy barterowej, wynajmuje autonomiczny, wydzielony fragment powierzchni targowej (stoisko targowe), na którym to stoisku zatrudnia, wyłącznie samodzielnie, osoby w celu prezentacji oferty wyrobów i / lub usług, przez cały czas trwania targów / wystawy - niezależnie od rodzaju branży czy klasyfikacji wyrobów. Organizator targów obciąża wystawcę fakturą za udział.

II.1.1.2. Współwystawcy na stoisku wystawcy (lub wystawcy na stoisku zbiorowym/kolektywnym) są również uznawani za wystawców dla celów obliczeń statystycznych, wtedy gdy wystawiają swoje własne wyroby oraz zatrudniają własny personel na stoisku wystawcy (lub na wspólnym stoisku organizatora stoiska kolektywnego), zaś ich odrębność można bez problemu rozpoznać, bez konieczności fizycznego rozdziału.

Kwalifikacja tych firm jako wystawców odbywa się niezależnie od tego, czy fakturą zostaje obciążony wystawca, czy organizator stoiska kolektywnego.

Rodzaj uczestnictwa w targach oraz tożsamość każdego wystawcy na stoisku powinny w sposób nie pozostawiający wątpliwości wynikać z formularza zgłoszenia udziału przesłanego do organizatora targów.

II.1.1.3. Organizator stoiska kolektywnego/zbiorowego może być uznany za wystawcę tylko wtedy, gdy z planu stoiska zbiorowego wyraźnie wynika, że organizator stoiska kolektywnego również dysponuje autonomiczną częścią tego stoiska i część ta jest przynajmniej z jednej strony otwarta od strony zwiedzających, co umożliwi mu prowadzenie własnej działalności marketingowej.

Jeśli wystawca wynajmuje na targach więcej niż jedno stoisko w tej samej branży (grupie towarowej), liczony jest tylko raz. W przypadku, gdy wystawca prezentuje wyroby w kilku branżach (grupach towarowych) objętych targami, może być policzony kilka razy - według liczby branż, w których wynajmuje stoiska.

Firmy usługowe, instytucje państwowe (rządowe), stowarzyszenia, instytuty, które wynajmują powierzchnię targową (stoisko targowe), na której oferują swoje usługi związane z tematyką targów, są również uważani za wystawców.

II.1.1.4. Firma, która nie przybyła na targi, pomimo, że wynajęła stoisko, nie jest uznawana za wystawcę.

II.1.1.5. Przejrzystość obliczeń danych statystycznych w kategorii „wystawcy”

W publikacjach zawierających dane statystyczne nie należy używać żadnych kategorii typu: podwystawca, współwystawca, wystawca nie-bezpośredni, wystawca pośredni.

II.2. Dane jakościowe dotyczące wystawców

II.2.1. Klasyfikacja firmy

Wystawca jest klasyfikowany jako producent, jeśli wyroby prezentowane na stoisku są wyłącznie lub w przeważającej części produkowane przez tego wystawcę i tylko w przypadku, gdy klasyfikację taką można przeprowadzić w oparciu o dane z formularza zgłoszeniowego.

II.2.2. Narodowość

II.2.2.1. Narodowość wystawcy

Narodowość wystawcy musi jasno wynikać z formularza zgłoszeniowego przesłanego do organizatora targów. O narodowości wystawcy decyduje państwo wymienione w formularzu zgłoszeniowym, a w szczególnym przypadku, wymienione w innym dokumencie, z którego wynika zgłoszenie wystawcy na targi (np. przypadek ambasady).

Ze względu na narodowość, wystawców dzieli się na krajowych i zagranicznych.

II.2.2.2. Klasyfikacja wystawców ze względu na narodowość i zasięg prowadzonej działalności biznesowej

II.2.2.2.1. Wystawca wielonarodowy

Począwszy od 2015/2016 roku, w przypadku gdy organizator targów gromadzi dane wielonarodowego charakteru wystawców krajowych (tj. dane dotyczące zasięgu międzynarodowego działalności biznesowej prowadzonej przez wystawców krajowych), może posługiwać się podkategorią „wystawca wielonarodowy”.

***** objaśnienie 4:**

Nowa sytuacja jest efektem globalizacji. Wyjaśnienie na przykładzie Polski:

Organizatorzy targów mają do czynienia z rosnącą liczbą wystawców polskich i spadającą liczbą wystawców zagranicznych, co jest wynikiem tego, że firmy zagraniczne, kiedyś zarejestrowane jedynie za granicą, prowadząc działalność produkcyjną lub usługową w kilku krajach, rejestrują swoje siedziby w Polsce i biorą udział w targach w Polsce jako polska firma. Tak więc spadają statystyki w zakresie udziału wystawców zagranicznych, dowodzące międzynarodowego charakteru wielu targów.

Inną grupę wystawców krajowych stanowią przedsiębiorstwa „oryginalnie” polskie, które prowadzą działalność zarówno w kraju, jak i za granicą, i mają w przynajmniej jednym państwie, swoje filie bądź oddziały. Informacje o tych firmach biorących udział w danych targach stanowią także ważny argument potwierdzający międzynarodowy charakterze targów.

Wystawca wielonarodowy - to wystawca reprezentujący przedsiębiorstwo wielonarodowe.

Wielonarodowym jest przedsiębiorstwo, które znaczącą część swoich działań prowadzi w kilku państwach. Ogólnie rzecz biorąc, każde przedsiębiorstwo lub grupa przedsiębiorstw, które znaczną część przychodów osiąga z działalności realizowanej poza krajem pochodzenia, może być uważane za wielonarodowe.

***** objaśnienie 5:**

Przedsiębiorstwo wielonarodowe można zatem określić jako przedsiębiorstwo prowadzące działalność produkcyjną i/lub usługową w co najmniej dwóch krajach, składające się z przedsiębiorstwa macierzystego oraz jednostki gospodarczej (jednostek gospodarczych) za granicą, w formie filii/ oddziałów lub kontrolowanych jednostek zależnych – w co najmniej jednym kraju.

II.2.2.2.2. Wystawcy międzynarodowi

Liczba wystawców wielonarodowych, wyodrębnionych spośród wystawców krajowych wraz z liczbą wystawców zagranicznych stanowi liczbę wystawców międzynarodowych.

II.3. Kontrola danych dotyczących wystawcy

Dane dotyczące wystawcy sprawdza się w oparciu o formularze zgłoszeniowe, faktury oraz stosowne wydruki komputerowe. Dokumenty te są też dokumentami potwierdzającymi dane jakościowe.

Podkategoria „wystawca wielonarodowy” będzie podlegała audytowi w ramach kategorii „wystawca krajowy”.

II.4. Prezentacja danych statystycznych w kategorii „wystawcy”

Liczbę wystawców przedstawia się w podziale na wystawców krajowych i wystawców zagranicznych.

W liczbie ogółem państw uczestniczących w targach należy ująć kraj organizatora targów.

Począwszy od 2015/2016 roku, w przypadku gdy organizator targów posługuje się podkategorią „wystawca wielonarodowy” i kategorią „wystawcy międzynarodowi”, liczbę wystawców przedstawia się w podziale na: wystawców krajowych i wystawców międzynarodowych (sumy: wystawców wielonarodowych, wyodrębnionych z wystawców krajowych oraz wystawców zagranicznych).

Udostępniać / publikować można również inne statystyczne dane jakościowe (np. informacja o profesjonalistach, producentach biorących udział w targach), jednak dane te nie podlegają badaniom audytorskim.

III. ZWIEDZAJĄCY

III.1. Dane liczbowe dotyczące zwiedzających

Liczbę zwiedzających liczy się w oparciu o konkretne jawne dane.

III.1.1. Zwiedzający płacący

Liczbę zwiedzających płacących ustala się w oparciu o dane finansowe:

- * liczbę sprzedanych biletów (kupionych w przedsprzedaży lub na miejscu)
- * liczbę biletów /kart wstępu opłaconych przez wystawcę lub stronę trzecią

Zwiedzających posługujących się biletami sezonowymi, kilkudniowymi, abonamentowymi i innymi upoważniającymi do wielokrotnego wchodzenia na targi w ciągu kilku dni ich trwania, liczy się dzieląc cenę takiego biletu przez cenę zwykłego pojedynczego biletu i zaokrąglając wynik w górę do jedności. Każdy sprzedany bilet rodzinny, gdy takie są stosowane, liczy się jako 4 zwiedzających.

Osoby, które posiadają bilety wstępu, lecz wchodzą na targi bez okazania biletu (wówczas brak potwierdzenia faktu wejścia), nie mogą być liczone jako zwiedzający.

III.1.2. Inni identyfikowani zwiedzający

Osoby wchodzące na targi na podstawie voucher'ów, kart wstępu lub podobnych ważnych bezpłatnych przepustek lub biletów, mogą być liczone jako zwiedzający tylko wówczas, gdy istnieje system ewidencji takich dokumentów (np. seryjnie numerowane kupony kontrolne lub rejestracja kart wstępu).

Osoby wchodzące na targi na podstawie stałych przepustek (np. rocznych kart wstępu lub przepustek VIP, mogą być uznane za zwiedzających tylko wówczas, jeśli możliwe jest udokumentowanie ich wstępu (np. poprzez zastosowanie specjalnych kuponów /odcinków rejestracyjnych lub za pomocą raportu).

III.1.3. Liczba wejść na targi („visits”)

Jeśli istnieją warunki umożliwiające ewidencję i kontrolę powtórnych (wielokrotnych) wejść na targi tej samej osoby (np. gdy stosuje się seryjnie numerowane kupony / odcinki kontrolne przy kartach wstępu lub działa system elektronicznej ewidencji wejść, na podstawie którego sporządzany jest raport), a tym samym - możliwe jest ustalenie liczby ogółem pojedynczych wejść na targi („visits”), dopuszcza się podawanie do wiadomości liczby ogółem tych wejść.

Liczba ogółem wejść równa się sumie liczby pojedynczych pierwszych wejść i liczby wejść powtórnych.

Jeśli nie są możliwe ewidencja i kontrola takich wejść, uznaje się, że liczba wejść („visits”) jest równa liczbie zwiedzających ogółem.

III.1.4. Pozostali zwiedzający

Przepustki /wejściówki dla wystawców nie mogą być brane pod uwagę przy liczeniu zwiedzających, niezależnie od tego, czy zostały wydane bezpłatnie czy odpłatnie.

Osoby, które zwiedzają targi bez ewidencjonowanego dokumentu wstępu, nie mogą być uznane za zwiedzających.

III.2. Frekwencja ogółem („attendance”)

Organizator targów może ewidencjonować i stosować dane dotyczące łącznej frekwencji na targach.

Na frekwencję, tj. liczbę wszystkich uczestników targów składają się: liczba zwiedzających, liczba osób stanowiących personel firm wystawców i wchodzących na targi za przepustkami, liczba prelegentów i artystów uczestniczących w targach.

Każda przepustka dla personelu wystawców jest liczona jako jeden uczestnik - niezależnie od tego czy została wydana bezpłatnie czy odpłatnie.

Organizator targów dla celów audytu musi zaprezentować sposób ewidencji wydanych przepustek.

III.3. Dane jakościowe dotyczące zwiedzających

III.3.1. Zwiedzający zagraniczni

Liczbę zwiedzających zagranicznych ustala się:

- metodą bezpośrednią, w oparciu o dokumenty służące bezpośredniej ewidencji: bilety/przepustki sprzedane/wydane w wyznaczonych punktach recepcyjnych/ wejściach dla obcokrajowców oraz wypełnione karty rejestracyjne wstępu, w których wyraźnie określony zostaje kraj pochodzenia zwiedzającego, lub
- metodą pośrednią, na podstawie wyników badania reprezentatywnej grupy zwiedzających.

III.3.2. Zwiedzający profesjonaliści

Liczbę / udział procentowy zwiedzających profesjonalistów ustala się na podstawie analizy kart rejestracyjnych lub wyników badania reprezentatywnej grupy zwiedzających.

III.3.3. Inne dane szczegółowe

Inne szczegółowe dane jakościowe na temat zwiedzających, takie jak np. grupy wiekowe, kwalifikacja zwiedzających według szczebla decyzyjności itp., można również uzyskać na podstawie analizy kart rejestracyjnych lub wyników badania reprezentatywnej grupy zwiedzających.

III.4. Kontrola danych dotyczących zwiedzających i wejść („visits”)

Liczbę sprzedanych biletów ustala się w oparciu o dane kasowe organizatora.

Bilety powinny być numerowane seryjnie.

Liczbę kart rejestracyjnych / voucher'ów należy ustalić w drodze obliczeń faktycznie wykorzystanych karty rejestracyjnych / voucher'ów, co dalej podlega zapisowi w odpowiednich dokumentach (zestawieniach).

Liczbę kolejnych wejść tej samej osoby („visits”) należy ustalić na podstawie obliczeń odcinków kontrolnych i innych dokumentów lub na podstawie odpowiedniego raportu z systemu elektronicznej rejestracji wejść.

Kontrola danych jakościowych winna odbywać się drogą sprawdzenia wszelkich dostępnych dowodów - zapisów wejść przez bramy, kart rejestracyjnych, kwestionariuszy służących badaniu zwiedzających, sprawozdań itp.

