

Badanie „Globalny Barometr Targowy”

UFI – Światowe Stowarzyszenie Przemysłu Targowego
przedstawia raport z 17. edycji badania UFI przeprowadzonego w czerwcu 2016 r.

Spis treści

Wstęp	str. 3
Wyniki badania w układzie regionalnym	
1. Dynamika wzrostu obrotów brutto	str. 4
2. Dynamika wzrostu zysku operacyjny	str. 6
3. Kluczowe zagadnienia w działalności biznesowej firm targowych	str. 8
4. Stosowane aktualnie środki bezpieczeństwa	str. 11
Szczegółowe wyniki badania dla wybranych państw lub regionów	str. 13
Amerika Północna: Stany Zjednoczone, Meksyk	str. 14
Amerika Środkowa i Południowa: Brazylia, inne państwa w regionie	str. 16
Europa: Niemcy, Włochy, Rosja, Turcja, Wielka Brytania, inne państwa w Europie	str. 18
Afryka: Afryka Południowa	str. 24
Bliski Wschód: Iran, inne państwa w regionie	str. 25
Azja / Pacyfik: Chiny, Tajlandia, inne państwa w regionie	str. 27
Wnioski	str. 30
Załącznik: respondenci w podziale na regiony i państwa	str. 31

Wstęp (str. 3)

Miło nam przedstawić Państwu wyniki 17. edycji badania UFI „Globalny Barometr Targowy”. Niniejsze studium oparte jest o wyniki badania światowego przeprowadzonego w czerwcu 2016 r. Studium zawiera aktualne informacje na temat rozwoju sytuacji w przemyśle targowym na świecie oraz prognozy dla branży, a także informacje na temat sytuacji w 16 wybranych krajach i regionach.

Od 2009 roku UFI rozpoczęło badania, których celem jest ocena wpływu sytuacji gospodarczej na świecie na przemysł targowy. Badania prowadzone są dwa razy w roku na podstawie informacji udzielanej przez członków UFI. W 2010 roku badanie otrzymało nazwę „Globalny Barometr Targowy”. Jeśli chodzi o Stany Zjednoczone, od kilku lat badanie prowadzone jest wśród członków SISO (Stowarzyszenia Niezależnych Organizatorów Targów). Później zakres badania został poszerzony, dzięki włączeniu do niego członków stowarzyszeń AFIDA (Międzynarodowego Stowarzyszenia Targów Ameryki), AMPROFEC (Meksykańskie Stowarzyszenie Profesjonalistów Branży Targów, Wystaw i Kongresów) i UBRAFE (Brazylijskiego Związku Promotorów Targów) z Ameryki Środkowej i Południowej oraz członków EXSA (Stowarzyszenia Targów i Eventów Afryki Południowej). W 17. edycji badania po raz pierwszy udział wzięli członkowie stowarzyszeń: AEO (Stowarzyszenia Organizatorów Eventów) z Wielkiej Brytanii oraz TEA (Stowarzyszenie Targowe Tajlandii).

Warto podkreślić, że liczba odpowiedzi uzyskanych w wyniku badania (262 z 56 państw – pełna lista na str. 31) gwarantuje reprezentatywność wyników. Jednakże nie można wykluczyć, że podsumowanie *rezultatów dla danego regionu* nie będzie do końca odzwierciedlać faktycznej sytuacji w danym państwie lub regionie. Dlatego też niniejsze opracowanie zawiera dodatkowy zestaw wyników, dla 16 rynków krajowych i regionalnych, z których uzyskano znacząca liczbę odpowiedzi (pełna lista na str. 17).

UWAGA! Odpowiedzi przekazane dla celów niniejszego badania w czerwcu br. zostały udzielone jeszcze przez ostatnimi wydarzeniami w Wielkiej Brytanii (referendum w sprawie wyjścia z Unii Europejskiej) i Turcji (ataki terrorystyczne).

Pytania dotyczące badania należy kierować do: Christiana Druart – chris@ufi.org

1. Dynamika wzrostu obrotów brutto (str.4-5)

W 17. edycji badania UFI „Globalny Barometr Targowy” analizowano przewidywania respondentów odnośnie obrotów w obu półroczach 2016 roku i pierwszego półrocza 2017 r., w porównaniu z obrotami uzyskanymi w analogicznych okresach w latach poprzednich (z pominięciem kwestii wpływu na obroty 2-letniego cyklu organizacji niektórych targów).

Wykres na następnej stronie (str. 5) przedstawia odsetek firm, które deklarują wzrost obrotów. Wykres obejmuje wyniki z poprzednich edycji badania, począwszy od 2008 roku. Nie brano pod uwagę odpowiedzi „*obroty nieznane*” i „*nie stosuje się*” - patrz przypis.

Szczegółowe wyniki ujawniają zróżnicowaną sytuację w poszczególnych regionach:

- w Stanach Zjednoczonych i Meksyku 7 na 9 firm targowych spodziewa się wzrostu obrotów firm targowych we wszystkich trzech badanych półroczach;
- w Europie, jedynie w Wielkiej Brytanii wynik badań jest identyczny. W Niemczech mniej niż 1 na 2 badane firmy przewiduje wzrost obrotów w pierwszej połowie 2017 roku. W Rosji 1 na 2 firmy (około 50% badanych) przewiduje wzrost obrotów we wszystkich trzech badanych półroczach;
- w regionie Azji – Pacyfiku 2 do 3 na 10 badanych firm (20-30%) nie jest pewnych co do wyników w pierwszym półroczu 2017 r., natomiast jeśli chodzi o oba półrocza 2016 r. 5 do 6 na 10 badanych firm targowych, zarówno w Chinach, jak i w większości pozostałych państw azjatyckich spodziewa się wzrostu obrotów;

- w regionie Bliskiego Wschodu i Afryki 3 do 4 na 10 badanych firm (30-40%) wyraża obawy co do wyników za pierwsze półrocze 2017 r., zaś jeśli chodzi o 2016 rok, 7 do 8 firm na 10 badanych z Iranu oraz 4 do 5 na 10 badanych z pozostałych państw regionu oczekuje wzrostu obrotów;
- w Ameryce Środkowej i Południowej, przewaga badanych firm przewiduje spadki obrotów za 2016 rok, natomiast większą pewność wykazują oni jeśli chodzi o 2017 rok.

Przypis: wykresy w drugiej części niniejszego raportu („Szczegółowe wyniki badania dla wybranych państw lub regionów”) dokładnie przedstawiają wyniki, z uwzględnieniem odsetka firm, które zadeklarowały spadki obrotów oraz udzieliły odpowiedzi „obroty nieznane”.

2. Dynamika wzrostu zysku operacyjnego (str. 6-7)

W 17. edycji badania Globalny Barometr Targowy analizie poddano dynamikę wzrostu zysku operacyjnego firm targowych w latach 2015 i 2016, w porównaniu z latami poprzednimi.

Kolejny wykres (na str. 7) przedstawia te wyniki łącznie z wynikami z poprzednich badań (odnośnie zysku operacyjnego) – od 2009 roku. Górny wykres prezentuje firmy z poszczególnych kontynentów, które deklarowały ponad 10% -owy wzrost zysku operacyjnego oraz firmy, które odnotowały stabilizację zysku operacyjnego na poziomie od -10% (spadek) do + 10% (wzrost). Dolny wykres przedstawia zaś tylko firmy, które zadeklarowały ponad 10% -owy wzrost zysku operacyjnego.

Szczegółowe wyniki badania wskazują że:

- więcej niż jedna na dwie badane firmy deklaruje wzrost rocznego zysku operacyjnego o ponad 10%, zarówno za 2015 rok, jak i za 2016 r., w Meksyku, USA, Wielkiej Brytanii oraz w większości firm z Ameryki Środkowej i Południowej (lecz nie dotyczy to Brazylii);
- 3 na 5 z 10 respondentów deklaruje wzrost zysku operacyjnego, zarówno za 2015 rok, jak i za 2016 r., o ponad 10% w większości państw azjatyckich (za wyjątkiem Chin, gdzie tak deklaruje tylko 2 do 3 firmy na 10 badanych), na Bliskim Wschodzie oraz w Europie (poza Rosją i Turcją);
- w Brazylii, Rosji i Turcji liczba firm potwierdzających wzrost zysków za lata 2015 i 2016 o ponad 10% drastycznie spadła.

Przypis: wykresy w drugiej części niniejszego raportu („Szczegółowe wyniki badania dla wybranych państw lub regionów”) dokładnie przedstawiają wyniki, z uwzględnieniem odsetka firm, które zadeklarowały spadki zysków lub nawet straty.

3. Kluczowe zagadnienia w działalności biznesowej firm targowych (str. 8-10)

Badane firmy zostały poproszone o zidentyfikowanie trzech spośród siedmiu wymienionych na liście najważniejszych zagadnień dla ich działalności biznesowej w nadchodzącym roku.

Podobnie jak w poprzednich badaniach, około 80% wszystkich odpowiedzi wskazuje na następujące 4 zagadnienia:

„Stan gospodarki kraju / regionu” (27% badanych ostatnio),
 „Rozwój sytuacji gospodarczej na świecie” (24% respondentów w ostatnim badaniu),
 „Konkurencja na rynku” (17% badanych ostatnio),
 „Wyzwania w zakresie zarządzania firmą” (13% badanych), z czego za najważniejsze zagadnienie uznano pozyskiwanie kadr.

Ponadto „Wpływ cyfryzacji” (reakcja na potrzeby / oczekiwania klientów targowych w tym zakresie, nowe produkty cyfrowe, cyfryzacja procesów wewnętrznych w firmie), „Konkurencja ze strony innych mediów” (w tym: Internet, media społecznościowe, targi wirtualne, inne) i inne zagadnienia (np. kwestie regulacji prawnych, interesariuszy, zrównoważony rozwój, bezpieczeństwo i ochrona zdrowia, inne) są dopiero w dalszej kolejności ważności w nadchodzącym roku.

Następne slajdy (str. 9-10) prezentują zebrane wyniki globalnie, w podziale na regiony i na profil prowadzonej działalności targowej (w 3 segmentach: „Organizator targów”, „Centrum targowo-konferencyjne - wyłącznie”) i „Dostawca usług - wyłącznie”.

Szczegółowe wyniki nie wskazują na znaczące różnice w podejściu do tych zagadnień, jedynie temat „Wpływ cyfryzacji” w przypadku Bliskiego Wschodu i Afryki nie ma większego znaczenia, zaś w Niemczech ma bardzo duże znaczenie (dla 19% badanych).

4. Stosowane aktualnie środki bezpieczeństwa (str.11-12)

Włączenie pytań w tym temacie do badania ma na celu ocenę działań wdrażanych ostatnio przez firmy targowe w kontekście ostatnich ataków terrorystycznych w kilku miejscach na świecie. Wyniki badania pokazują, że średnio 6 na 10 badanych firm (60%) podjęło działania w tym zakresie (a w Europie i w Ameryce Północnej nawet 7 na 10 firm). Nie podejmuje takich działań ok. 40% badanych.

Dodatkowo podjęte środki bezpieczeństwa to m.in.:

- dodatkowe kontrole (prześwietlenia) zwiedzających (28% badanych), - i wystawców (15% badanych) na wejściu, dodatkowe informacje przekazywane zwiedzającym (21% badanych), dodatkowe kontrole podczas trwania wydarzeń targowych (25% badanych), a także w niektórych wypadkach, w porozumieniu z instytucjami państwowymi, analiza list zwiedzających dokonujących pre-rejestracji online (6%) lub inne środki (8% - takie jak: obecność policji (w umundurowaniu lub tajnie), nagrania video).

(patrz WYKRES na str. 11: **„Czy poszerzyli Państwo zakres środków bezpieczeństwa podczas swoich targów / w swoich obiektach? Jeśli tak, proszę określić te środki / działania”**)

- dodatkowe kontrole (prześwietlenia) zwiedzających - 28% badanych,
- dodatkowe kontrole podczas trwania wydarzeń targowych - 25% badanych,
- dodatkowe informacje przekazywane zwiedzającym - 21% badanych,
- dodatkowe kontrole (prześwietlenia) wystawców – 15 % badanych,
- analiza list zwiedzających dokonujących pre-rejestracji online, w porozumieniu z instytucjami państwowymi - 6% badanych,
- inne środki bezpieczeństwa - *5 badanych
- NIE WDROŻYŁO ŻADNYCH DODATKOWYCH ŚRODKÓW BEZPIECZEŃSTWA -42% badanych.

Wykres na str. 12 przedstawia wyniki w tym temacie badania, w podziale na regiony (dla obu Ameryk, Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki).

Cz. II. (str. 13-29).

Szczegółowe wyniki badania dla wybranych państw lub regionów

str. 14 – Meksyk, str. 15 – Stany Zjednoczone, str. 16 - Brazylia, str. 17 – Ameryka Środkowa i Południowa, str. 18 - Niemcy, str. 19 – Włochy, str. 20. – Rosja, str. 21 – Turcja, str. 22 – Wielka Brytania, str. 23 – Europa, str. 24 – Afryka Południowa, str. 25 – Iran, str. 26 – Bliski Wschód, str. 27 – Chiny, str. 28 – Tajlandia, str. 29 – Azja - Pacyfik.

Odpowiedzi dotyczą 4 zagadnień (pytania powtarzają się na kolejnych stronach w odniesieniu do poszczególnych państw).

1. Wykres górny lewy:

Jakie są Państwa przewidywania co do dynamiki obrotów w danym okresie (półroczu), w porównaniu z analogicznym okresem (półroczem) roku poprzedniego? (odpowiedzi: >nie wiem, >wzrosną, >spadną o mniej niż 10%, >spadną o 10% lub więcej)

Odpowiedzi dotyczą I półrocza 2016 (2016-H1), II półrocza 2016 (2016-H2) i I półrocza 2017 r.

2. Wykres dolny lewy:

Zysk operacyjny w porównaniu z rokiem poprzednim:

Odpowiedzi: > strata, > spadek o ponad 50%, spadek o 10-50%, >stabilizacja (od -10 do +10%), >wzrost o ponad 10%.

3. Wykres górny prawy:

Najważniejsze zagadnienia biznesowe:

- „Stan gospodarki krajowej / regionu”,
- „Rozwój sytuacji gospodarczej na świecie”,
- „Konkurencja na rynku”,
- „Wyzwania w zakresie zarządzania firmą”,
- „Wpływ cyfryzacji”,
- „Konkurencja ze strony innych mediów”,
- „Kwestie regulacji, udziałowców itp.”,
- „Inne zagadnienia”,

4. Wykres dolny lewy:

Czy poszerzyli Państwo zakres środków bezpieczeństwa podczas swoich targów / w swoich obiektach?

Wnioski końcowe (str.30)

Badanie Globalny Barometr Targowy UFI prowadzone jest od końca 2008 roku i służy śledzeniu sytuacji w przemyśle targowym na świecie. W 17. edycji tego badania w grudniu 2015 roku udział wzięły 262 firmy targowych z 56 państw. Nowy format badania pozwolił na prezentację szczegółowych wyników w 16 strefach geograficznych, w tym na 12 kluczowych rynkach krajowych w branży targowej na świecie. Wyniki badania ujawniają najważniejsze trendy na rynkach regionalnych.

- jeśli chodzi o Amerykę Północną, prognozy są bardzo dobre: ponad 8 na 10 badanych firm oczekuje wzrostu obrotów w 2016 roku oraz w pierwszej połowie 2017 roku. Ponad 50% badanych deklaruje też wzrost zysku za lata 2015 i 2016 o ponad 10%.
- W Europie, w Wielkiej Brytanii – przed referendum – firmy oczekiwały, podobnie jak w Ameryce Północnej, dobrych wyników działalności gospodarczej. Dobre perspektywy pojawiły się także na kilku innych rynkach europejskich. W Niemczech jednak, mniej niż połowa badanych przewiduje wzrosty wyników w pierwszej połowie 2017 roku, w porównaniu z dobrym 2016 rokiem. W Turcji liczba firm targowych deklarujących wzrost zysku o ponad 10% w 2016 roku w stosunku do 2015 roku, gwałtownie spadła. Sytuacja w Rosji utrzymuje się na dotychczasowym poziomie.
- W Ameryce Środkowej i Południowej, większość firm spodziewa się wzrostu przychodów w 2016 roku, lecz większą pewność pokazują w odniesieniu do pierwszej połowy 2017 roku. Przewidywane są też wzrosty zysków, za wyjątkiem Brazylii.
- W Azji oraz na Bliskim Wschodzie i w Afryce 3 do 5 na 10 badanych firm deklaruje wzrost zysków za lata 2015 i 2016. Gorzej wypadają Chiny, gdzie 2 do 3 firmy na 10 są podobnego zdania, zaś 2 do 4 firmy na 10 sygnalizuje niepewną sytuację odnośnie obrotów w pierwszej połowie 2017 roku

W każdym z regionów, najważniejszymi zagadnieniami biznesowymi znajdującymi się w centrum uwagi firm targowych pozostają kwestie związane z ogólną sytuacją gospodarczą na świecie: stan gospodarki kraju i regionu, niepewność co do rozwoju sytuacji gospodarczej na świecie, konkurencja na rynku targowym i wyzwania w obszarze zarządzania firmą. Obecnie wśród tych zagadnień jest również bezpieczeństwo. Ogromna większość respondentów deklaruje wdrożenie w ostatnich miesiącach dodatkowych środków bezpieczeństwa, takich jak: dodatkowe kontrole (prześwietlenia) zwiedzających i wystawców na wejściu, dodatkowe informacje przekazywane zwiedzającym, kontrole podczas trwania wydarzeń targowych, a także w

niektórych wypadkach, w porozumieniu z instytucjami państwowymi, analiza list zwiedzających dokonujących pre-rejestracji online.

Kolejne badanie UFI „Globalny Barometr Targowy” zostanie przeprowadzone w grudniu 2016 roku. Prosimy o wzięciu udziału!

(str. 31) Załącznik: Uczestnicy badania według państw i regionów (262 respondentów z 56 państw):

- **Ameryka Północna:** 32 respondentów, w tym Kanada (2), Meksyk (13), Stany Zjednoczone (16);
- **Ameryka Środkowa i Południowa:** 23 respondentów, w tym Argentyna (2), Brazylia (13), Chile (2), Kolumbia (2), Kuba (1), Ekwador (2), Salwador (1);
- **Europa:** 94 respondentów, w tym Austria (2), Belgia (2), Bułgaria (1), Czechy (1), Francja (1), Gruzja (1), Grecja (1), Niemcy (17), Holandia (4), Montenegro (1), Polska (2), Portugalia (2), Rosja (13), Słowenia (1), Hiszpania (4), Szwecja (4), Szwajcaria (1), Turcja (10), Ukraina (2), Węgry (1), Włochy (10), Wielka Brytania (11); inne (2);
- **Afryka:** 28 respondentów, w tym: Egipt (1), Libia (2), Mozambik (1) Płd. Afryka (23), Sudan (1);
- **Bliski Wschód:** 24, w tym Bahrain (1), Iran (12), Irak (1), Liban (1), Oman (2), Arabia Saudyjska (2), Tanzania (1), Zjednoczone Emiraty Arabskie (3);
- **Azja- Pacyfik:** 61 respondentów, w tym Australia (2), Chiny (23), Indie (3), Japonia (3), Malezja (1), Pakistan (1), Singapur (9), Korea Południowa (2), Tajlandia (15);