



Úvod do veletržního průmyslu

Management veletrhů
ESF MU, 18. února 2008

Ing. Hana Olšerová
marketingový specialista
Veletrhy Brno, a.s.

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno

O čem budu hovořit ...

2

- **Veletřhy a výstavy – součást marketingového mixu**
- **Typologie veletrhů**
- **Základní pojmy z oblasti výstavnictví**
- **Pohled do historie – vývojové etapy výstavnictví**
- **Přínos veletrhů pro region**
- **Výstavní trh v ČR – základní data**
- **Veletřhy Brno, a. s.**

www.bvv.cz

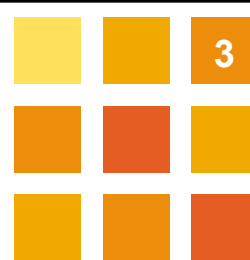
Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletřhy
Brno



www.bvv.cz

Veletrhy a výstavy – součást komunikačního mixu

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno



■ DEFINICE veletrhů:

„jedná se o lidskou činnost, lidský podnik uskutečněný z určitých důvodů a za účelem dosažení určitých konkrétních výsledků. Jedná se o formu mezilidské výměny, kdy vystavovatelé na straně jedné komunikují s návštěvníky na straně druhé. Výsledek této činnosti lze hodnotit pouze na základě dalšího lidského uvažování a činností.“

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

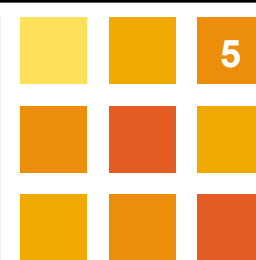


BVV



Veletrhy
Brno

Veletrhy a výstavy jako součást komunikačního mixu



www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

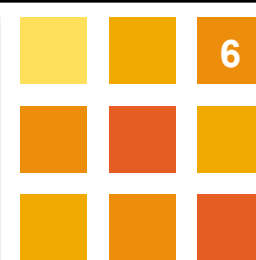


BVV



Veletrhy
Brno

Veletrhy a výstavy jako součást komunikačního mixu



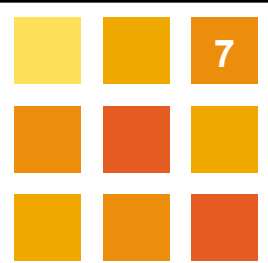
	Žádné povědomí o výr.	Povědomí	Přijetí	Spojitosť s něčím	Trvání na koupi	Spokojenost
Televize	→					
Rozhlas	→					
Plakáty	→					
Celostátní tiskoviny	→					
Obchodní tiskoviny	→					
PR/novinové články	→					
Podnikové časopisy	→					
Přímá pošta	→					
Databázový marketing	→					
Literatura	→					
Nová média (Internet atd.)	→					
Veletrhy a výstavy	→					
Podpora prodeje	→					
Nabídky				→		
Přímý kontakt			→			
Ponákupní služby						→
	Pozornost	Zájem	Touha	Přesvědčení	Nákup (čin)	Opakov. nákup

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



Výběr správných komunikačních prostředků



- Správný výběr komunikačních prostředků a jejich načasování → zvýšení efektivity každého z nich (hlavní kritérium – cíl podniku a požadovaná reakce zákazníka)
- Každá průmyslová oblast klade různý důraz na rozličné komunikační prostředky
- **Veletrhy a výstavy – možnost využití v průběhu všech fází nakupování**
- **Veletrhy a výstavy vždy v kombinaci s jiným komunikačním kanálem → synergetický efekt**

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

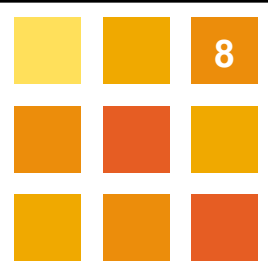


BVV



Veletrhy
Brno

Veletrhy nejsou náklady , ale investice



- Upevnění konkurenční pozice firmy, image firmy
- Přiblížení se k cílovým skupinám a možnost získat nové zákazníky
- Místo emotivních zážitků
- Koncentrace specialistů z oboru
- Tržiště informací – místo pro
 - testování novinek
 - testování trhu před vstupem na něj
 - získávání informací o celém spektru know-how, technologií, novinek v oboru, leadrech na trhu
- Místo pro efektivní komerční komunikaci
- Možnost osobního dialogu (face to face communication)
- Mezinárodní veletrhy – tvorba a upevnění postavení vystavovatelů na mezinárodním trhu
- Ideální spojení vědy a výzkumu s praxí

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

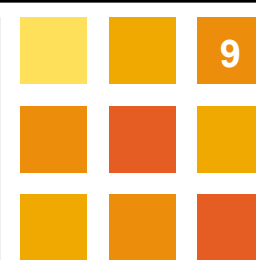


BVV



Veletrhy
Brno

Máte v komunikačním mixu „veletrh“, pak nezapomeňte...



■ Omezená dostupnost

- datum a místo konání veletrhu stanoví pořadatel
- některé veletrhy se konají v tradičních termínech (dle inovačního cyklu příslušného odvětví; dle kupní sezóny v příslušném odvětví)
- nelze posouvat dle požadavků jednotlivých účastníků



- ## ■ Ostatní marketingovou činnost upravit podle pevně dané veletržní účasti, na jejíž termíny je zapotřebí brát ohled, a to hlavně při reklamních kampaních.

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



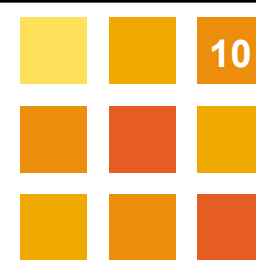
BVV



Veletrhy
Brno

Na jaký veletrh jít?

Faktory kvalitního veletrhu



10



www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



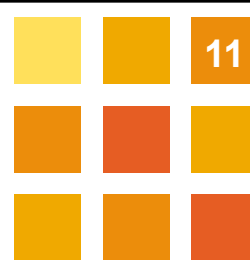
BVV



Veletrhy
Brno

Kde hledat?

- web stránky jednotlivých veletržních správ
- www.auma.de
- www.eventseye.com



Typologie veletrhů

www.bvvv.cz

Central European
Exhibition Centre

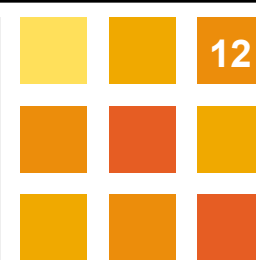


BVV

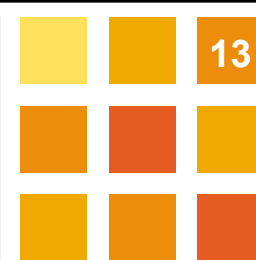


Veletrhy
Brno

Typologie veletrhů



Rozdíl mezi veletrhem a výstavou



■ Výstavní akce

- Veletrh nebo výstava

■ Veletrh

- má komerční charakter
- slouží výrobcům, obchodním zástupcům a distributorům firem k prezentaci a kontraktům
- přímý prodej vystavených exponátů je zakázán
- organizátor musí pro účastníky zajistit veškeré potřebné služby, které souvisejí s prezentací vystavovatelů (přihlášky, náborové materiály atd.) a s informovaností návštěvníků (veletržní katalogy apod.)

■ Výstava

- Výstavní akce, která má obvykle společenský nebo kulturní charakter
- slouží k prezentaci s možností přímého prodeje.

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

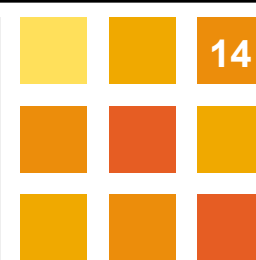


BVV



Veletrhy
Brno

Další členění veletrhů a výstav



- **Spotřebitelské / obchodní / smíšené**
- **Mezinárodní / národní / lokální**
- **Univerzální / víceoborové / odborné**
- **B2B/ B2C/ kombinace obou**

www.bvv.cz

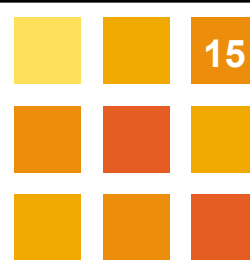
Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno



Základní pojmy z oblasti výstavnictví

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

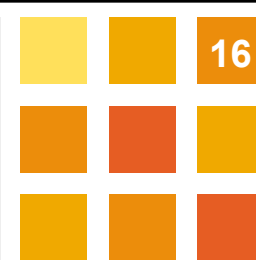


BVV



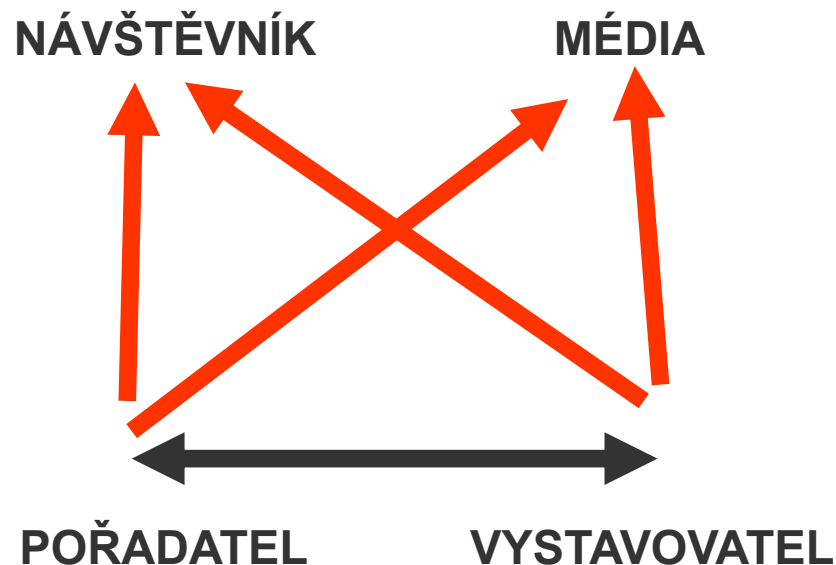
Veletrhy
Brno

Aktéři veletrhu a jejich vztahy



16

- POŘADATEL
 - stanoví koncepci veletrhu
 - zajistí veletržní prostor
- VYSTAVOVATEL
 - reprezentuje obor
 - prezentuje svoji práci
- NÁVŠTĚVNÍK
 - uživatelé produktů/služeb vystavovatele a jeho odběratelé
 - laici / odborníci / decision makers
- MÉDIA
 - odborná = dění z veletrhu, novinky a trendy v oboru
 - všeobecná = základní informace o konání veletrhu



www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



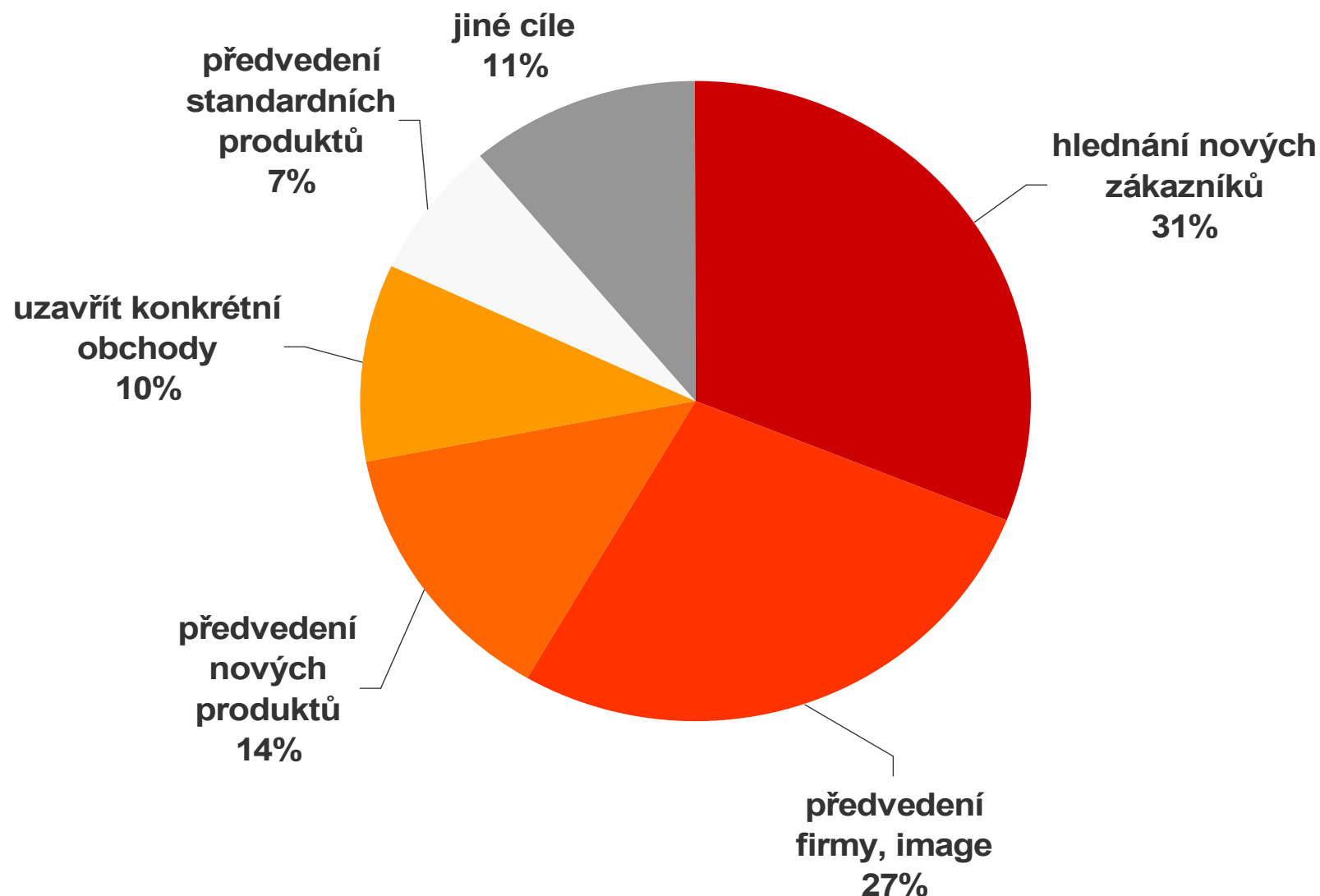
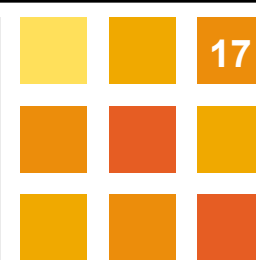
BVV



Veletrhy
Brno

➔ Veletrh má multiplikační efekt

Hlavní cíle návštěvy veletrhu - vystavovatelé



Zdroj: ESF MU - Průzkumy vystavovatelů na akcích BVV 2007, n=3 425

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

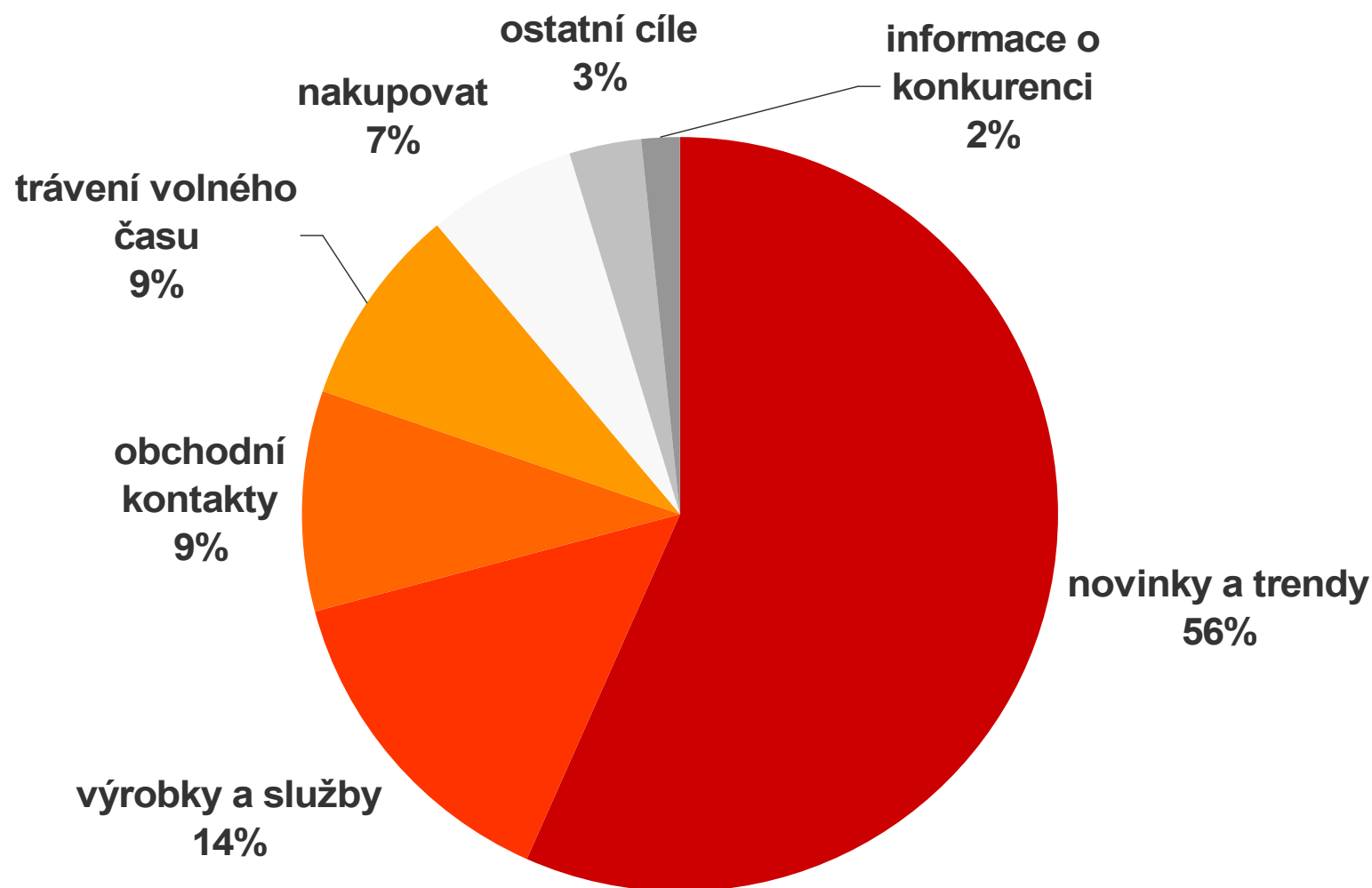
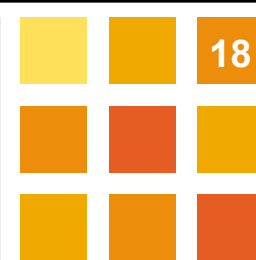


BVV



Veletrhy
Brno

Hlavní cíle návštěvy veletrhu - návštěvníci



www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



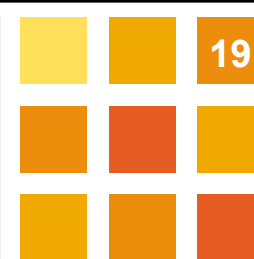
Veletrhy
Brno

Zdroj: ESF MU - Průzkumy návštěvníků na akcích BVV 2007; n=7 744

Pojmy z oblasti výstavnictví



Dokument aplikace
Microsoft Word



- **Veletržní správa (správa výstaviště)**
- **Pořadatel/ organizátor**
- **Realizátor expozic**
- **Vystavovatel**
- **Další zastoupená firma**
- **Vystavující firmy**
 - **vystavovatelé + další zastoupené firmy**
- **Platící návštěvník**
- **Hrubá výstavní plocha**
- **Čistá výstavní plocha (pronajatá)**
- **Zvláštní předváděcí plocha**
- **Výstavní plocha celkem**
 - **čistá výstavní plocha + zvláštní předváděcí plocha**

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletřhy
Brno

Pohled do historie - vývojové etapy výstavnictví

www.bvv.cz



Central European
Exhibition Centre

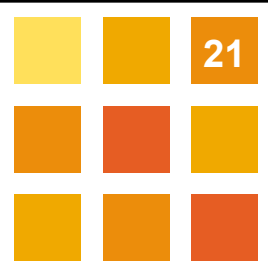


BVV



Veletrhy
Brno

Výstavnictví v ČR na přelomu 19. a 20. století



21

- Od nejstarší doložené zmínky o zemědělské výstavě v Alexandrii (180 př.n.l.) po 19. století

Praha

- 1891 - Výstaviště bylo vybudováno u příležitosti Všeobecné zemské jubilejní výstavy v Praze, která byla velkou společenskou a kulturní událostí

Brno

- 1928 - Výstavba brněnského výstaviště u příležitosti Výstavy soudobé kultury Československa



www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

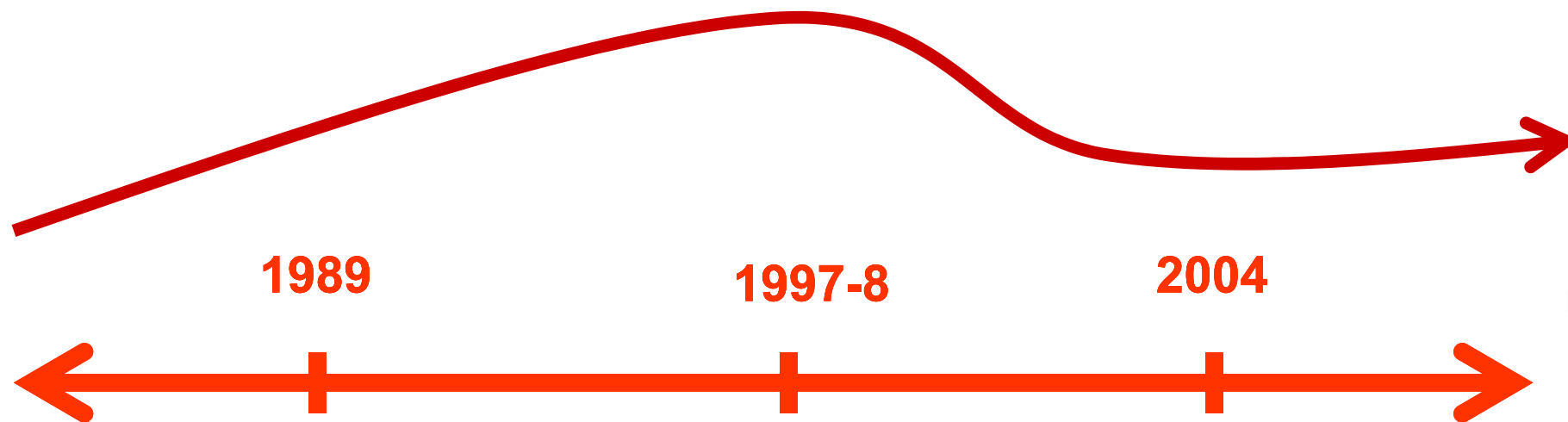
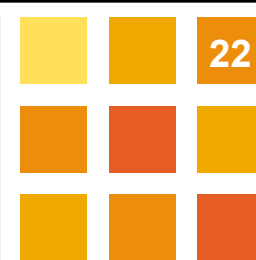


BVV



Veletrhy
Brno

Mezníky středoevropského výstavnictví



CENTRÁLNĚ PLÁNOVANÁ EKONOMIKA
Výstavnictví & politika

BOOM VÝSTAVNICTVÍ
Otevření trhu

STABILIZACE
Vystřízlivění

VSTUP DO EU
Nové výzvy,
nový positioning
veletržních správ

Central European
Exhibition Centre

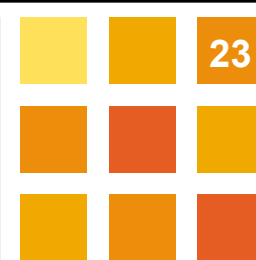


BVV
Veletrhy
Brno

www.bvv.cz

Základní charakteristika doby

✓ před rokem 1989 - centrálně plánovaná ekonomika



- Monopol zahraničního obchodu (centrální řízení a realizace prostřednictvím podniků zahraničního PZO)
- Monopol výstavnictví na základě politických rozhodnutí (Brno, Poznaň, Bratislava, Budapešť'...)
- Veletrhy spíše všeobecného charakteru (převážně na investiční + spotřební zboží). Na veletrzích byly slavnostně podepisovány kontrakty.
- Veletrhy = jeden z mála nástrojů marketingové komunikace, který fungoval



www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV

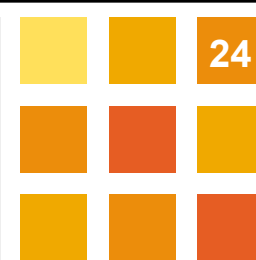


Veletrhy
Brno

Co ovlivnilo veletržní průmysl

✓ po roce 1989 - boom výstavnictví

- Rychlý proces privatizace - vznik nových firem
- Liberalizace zahraničního obchodu
- Snaha podnikatelů získat podíly na trhu se odrazila ve veletržním boomu = trh byl tažen poptávkou, vznikly nové specializované veletrhy (v Brně INVEX, IBF, TECHAGRO)
- Etablované veletržní správy (Brno, Poznaň) měly usnadněný start pro podnikání
 - již existující infrastruktura areálu
 - lidský potenciál
 - potřebné know how
 - kontakty
 - tradice - etablovaná veletržní města



www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



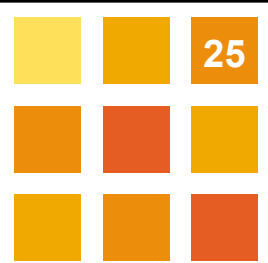
BVV



Veletrhy
Brno

Veletržní průmysl na přelomu tisíciletí

✓ druhá polovina 90tých let - období stabilizace

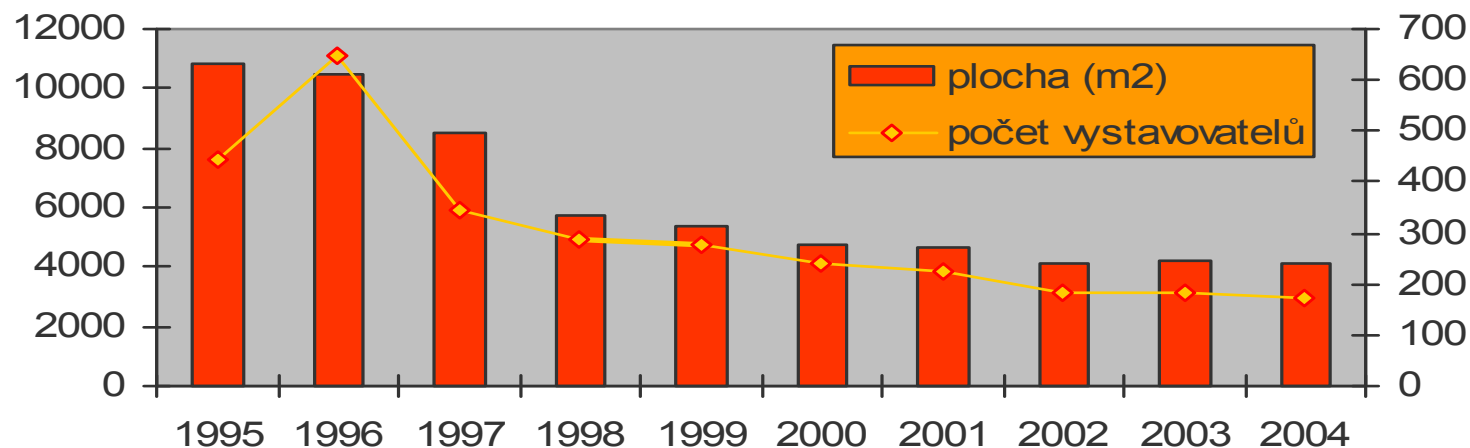


■ Důvody vystřízlivění:

- zpomalení ekonomického růstu
- nástup informačních technologií
- prosazení jiných marketingových nástrojů
- vstup nadnárodních společností a fúze

■ Příklad:

- Veletrh MEFA



Velikost pronajaté plochy a počet vystavovatelů dle let

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

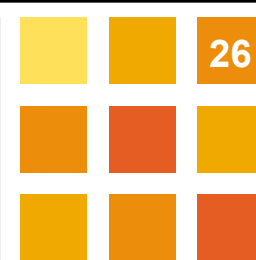


BVV



Veletrhy
Brno

Obecné trendy výstavnictví



- kompaktnější - veletrhy reprezentují užší témata než tomu bylo v minulosti - jsou tak říkajíc šité na míru té které branži.
- kratší - délka 3 - 5 dny
- důraz na koncept
 - příprava konceptu, který má pro další vývoj oboru smysl
 - důraz také na doprovodný program či přítomnost osobností z oblasti politiky na veletrhu
- preference kvality před kvantitou
- roste význam internacionality veletrhů
- služby – stále důležitější aspekt současných veletrhů
 - vše na jednom místě
- tlak na efektivitu veletržní účasti – semináře, vzdělávací programy, soutěže podporující připravenost vystavovatelů na veletrh
- podpora zahraniční účasti – veletržní správy doprovázejí firmy na zahraniční trhy
- výstavba nových areálů

www.bvv.cz

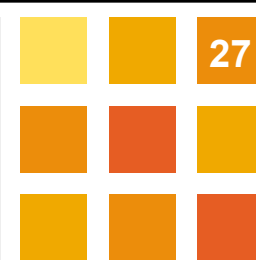
Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno



■ **Veletrhy, kterým se daří, potvrzují úzkou provázanost na českou ekonomiku, potažmo obory s pozitivním vývojem a růstovou tendencí:**

- automobilový průmysl včetně subdodávek
- stavebnictví včetně subdodávek
- strojírenství včetně automatizace
- logistika
- energetika včetně netradičních zdrojů energie
- ekologie, vodní a odpadové hospodářství
- sport
- cestovní ruch
- zemědělství
- obranný průmysl

www.bvv.cz

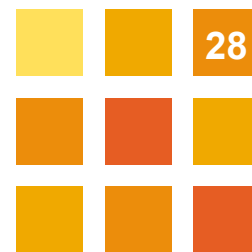
Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletřhy
Brno



www.bvv.cz

Přínos výstavnictví pro region

Central European
Exhibition Centre

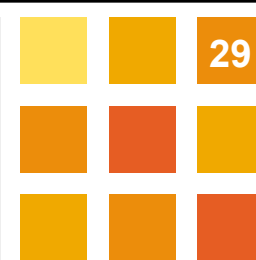


BVV



Veletrhy
Brno

Veletržní průmysl a jeho vliv na ekonomiku regionu a města



Ekonomický přínos veletrhů

PŘÍMÉ EFEKTY + NEPŘÍMÉ EFEKTY + INDUKOVANÉ EFEKTY = CELKOVÝ EFEKT

● Přímé efekty

= výdaje a investice návštěvníků a vystavovatelů, spotřební výdaje z mezd zaměstnanců veletržní správy

● Nepřímé efekty + indukované efekty ve výrobě, obchodu a službách

= výdaje vystavovatelů a návštěvníků na cestovní náklady, ubytování, stravování, mzdy zaměstnanců, příprava účasti, reklama, provoz expozice, dodatečně vytvořené příjmy a dodatečně vytvořená spotřeba

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

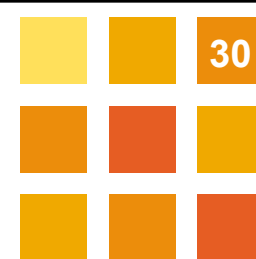


BVV

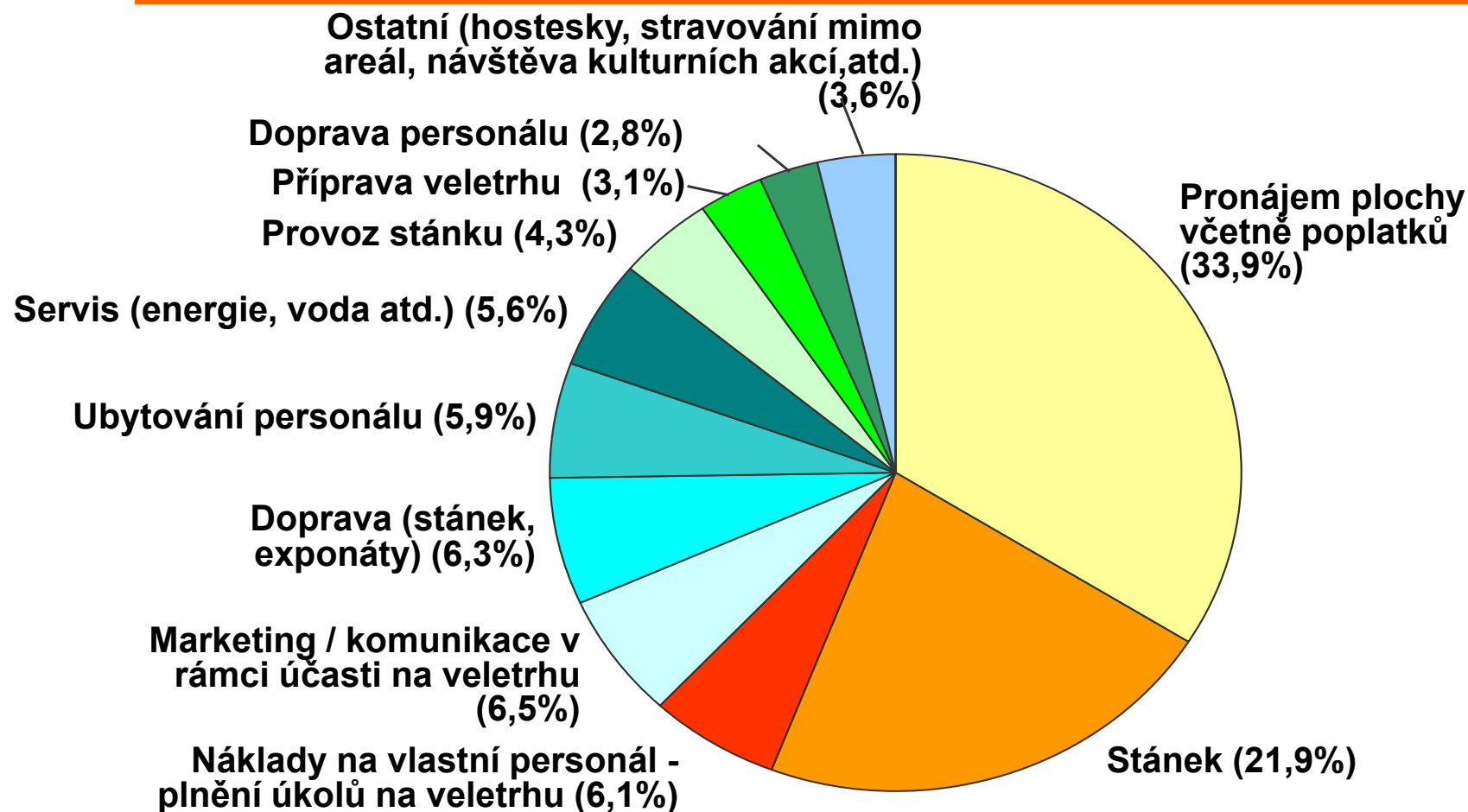


Veletrhy
Brno

Struktura výdajů vystavovatelů (2004)



Firmy nabízející služby, dopravu, hotely a restaurace profitují z výdajů vystavovatelů nejvíce



Zdroj: průzkum Masarykovy univerzity v Brně,
Roland Berger-Berechnungen

Roland Berger
Strategy Consultants

Central European
Exhibition Centre



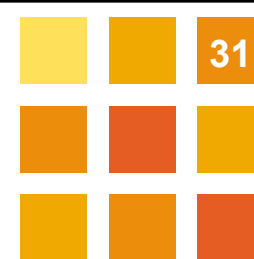
BVV



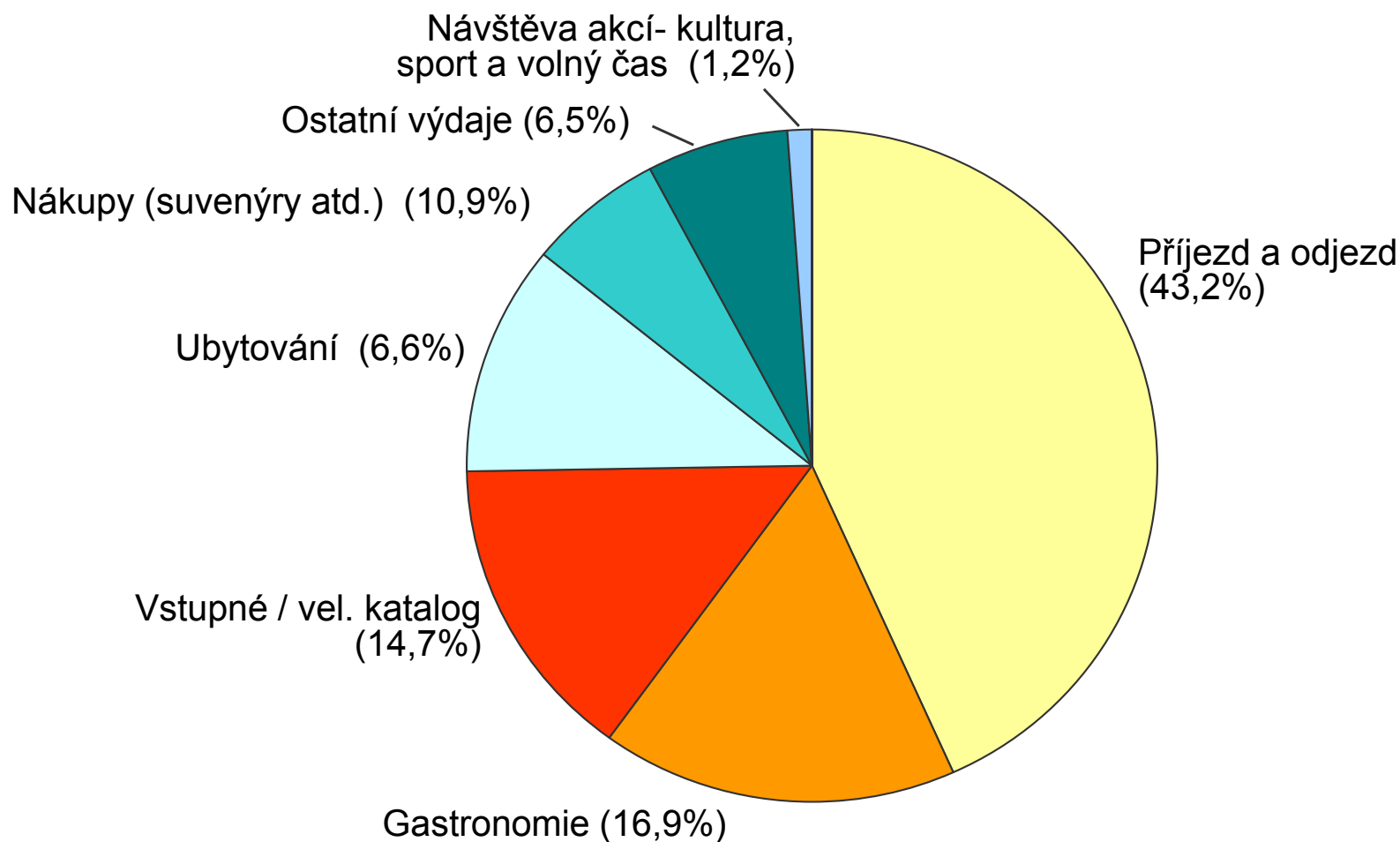
Veletrhy
Brno

www.bvv.cz

Struktura výdajů návštěvníků (2004)

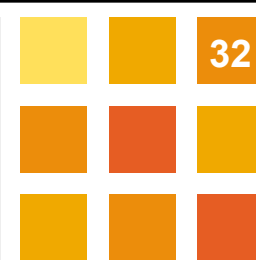


Ve výdajích návštěvníků převládají náklady na dopravu na veletrh a zpět a na gastronomii



Zdroj: průzkum Masarykovy univerzity v Brně,
Roland Berger-Berechnungen

Ekonomický přínos veletrhů BVV pro HDP ČR



- Poměr mezi přímými náklady a vyvolanými efekty byl vyčíslen hodnotou

1 : 2,7

- Konkrétně? → 1,44 mld. Kč (obrat BVV) přináší efekt v obratu výroby, obchodu a služeb ve výši 3,9 mld. Kč!

Zdroj: Studie poradenské firmy Roland Berger, 2004

www.bvv.cz

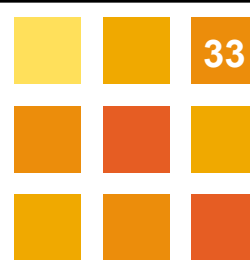
Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno



Výstavní trh v ČR - základní data

Central European
Exhibition Centre



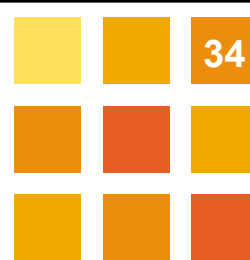
BVV



Veletrhy
Brno

Profil SOVA ČR

Společenstvo organizátorů veletržních a výstavních akcí



- Vznik 13.12.2001 sloučením několika profesních sdružení (SOVA + ČVVS + sekce veletrhů a výstav HK ČR)
- Celkem 29 řádných členů + 4 čestní členové
- **Hlavní cíle**
 - Integrace a formování veletržního průmyslu ČR ve vztahu k mezinárodnímu trhu
(důraz na transparentnost statistických údajů)
 - Podpora profesionality všech subjektů českého výstavního trhu / implementace mezinárodních standardů
 - Ochrana hospodářských zájmů a prestiže pořadatelů veletrhů a výstav v ČR

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



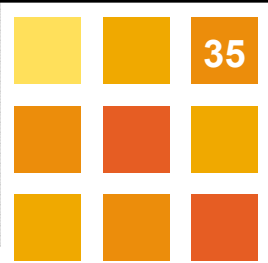
BVV



Veletrhy
Brno

SOVA ČR
společenstvo organizátorů veletržních a výstavních akcí

Analýza výstavního trhu ČR 2006



Analýzy jsou prováděny od roku 1996

■ Od roku 2002 - členění na

- 1. AUDITOVANÉ AKCE
- 2. NEAUDITOVANÉ AKCE

Důvody:

- neauditované údaje mohou zkreslit celkový trh, protože jsou často pouze odhadovány, jsou příliš obecné
- nejsou zpracovány podle standardní metodiky, proto jim nelze stoprocentně důvěřovat

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletřhy
Brno

- Zadavatel výzkumu: SOVA ČR
- Zpracovatel: AMASIA EXPO, s. r. o.
(Agentura pro výzkum efektivnosti veletrhů a výstav)
- Analýza obsáhla
 - 218 veletržních akcí
 - od 36 organizátorů(rok 2005 = 227 akcí, 41 organizátorů)

www.bvv.cz

POROVNÁNÍ DAT 2006 AUDITOVANÁ / NEAUDITOVANÁ						
TYP DAT	NÁVŠTĚVNÍCI ABOLUTNĚ	NÁVŠTĚVNÍCI V %	PLOCHA ABSOL	PLOCHA V %	VYSTAVOVATELÉ ABSOLUTNĚ	VYSTAVOVATELÉ V %
AUDITOVANÁ	2 184 841	69,7	798 374	75,6	21 300	67,9
NEAUDITOVANÁ	964 783	30,3	257 041	24,4	10 088	32,1
CELKEM	3 149 624	100	1 055 415	100	31 388	100

Central European
Exhibition Centre

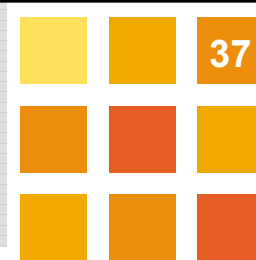


BVV



Veletrhy
Brno

České výstavnictví dnes?



- Pozitivní vývoj českého výstavnictví (od 2004)
- Zájem českých firem o veletrhy v ČR
- Rostoucí zájem zahraničních firem o české veletrhy
- Českému trhu kralují veletrhy do 100 vystavovatelů
- Veletrhy navštíví ročně více než 3,1 mil osob
- Průměrná plocha auditovaného veletrhu je 7.065 m², neauditovaného 2.448 m²
- Zájem médií o veletrhy

www.bvv.cz

AUDITOVANÝ TRH

- Počet auditovaných akcí je stabilní
- Objem auditovaného trhu roste
- Téměř polovina auditovaných akcí je mezinárodní

Central European
Exhibition Centre

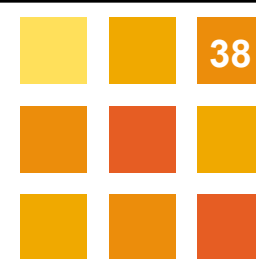


BVV



Veletrhy
Brno

Pozitivní vývoj českého výstavnictví



Český výstavní trh 2006 (auditovaný + neauditovaný) v parametru celková výstavní plocha realizoval vyšší objem, než byla úroveň roku 1997, který byl v historii českého veletržního průmyslu považován za „zlatou éru výstavnictví“.

SOUHRNNÉ ÚDAJE ZA ČESKOU REPUBLIKU 2006-1997				
	PLOCHA	VYSTAVOVATELŮ	NÁVŠTĚVNÍKŮ	NOVINÁŘŮ
ČR CELKEM 2006	1.055.415	31.388	3.149.624	9.557
ČR CELKEM 2005	996.314	32.289	3,169.951	10.150
ČR CELKEM 2004	927.018	29.843	3,229.814	9.674
ČR CELKEM 2003	909.661	31.460	3,345.550	9.594
ČR CELKEM 2002	850.566	31.740	2,729.416	10.089
ČR CELKEM 2001	877.288	33.638	3,248.001	11.431
ČR CELKEM 2000	889. 192	39.088	2, 656.636	11. 538
ČR CELKEM 1999	887. 722	42.671	2, 614. 130	5. 850
ČR CELKEM 1998	1, 012. 218	50.677	3, 387. 969	nezjištěno
ČR CELKEM 1997	1, 049. 744	47.763	3, 292. 837	nezjištěno

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

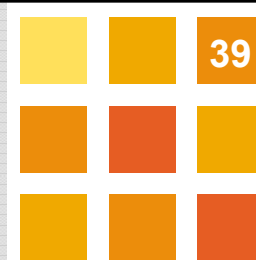


BVV



Veletrhy
Brno

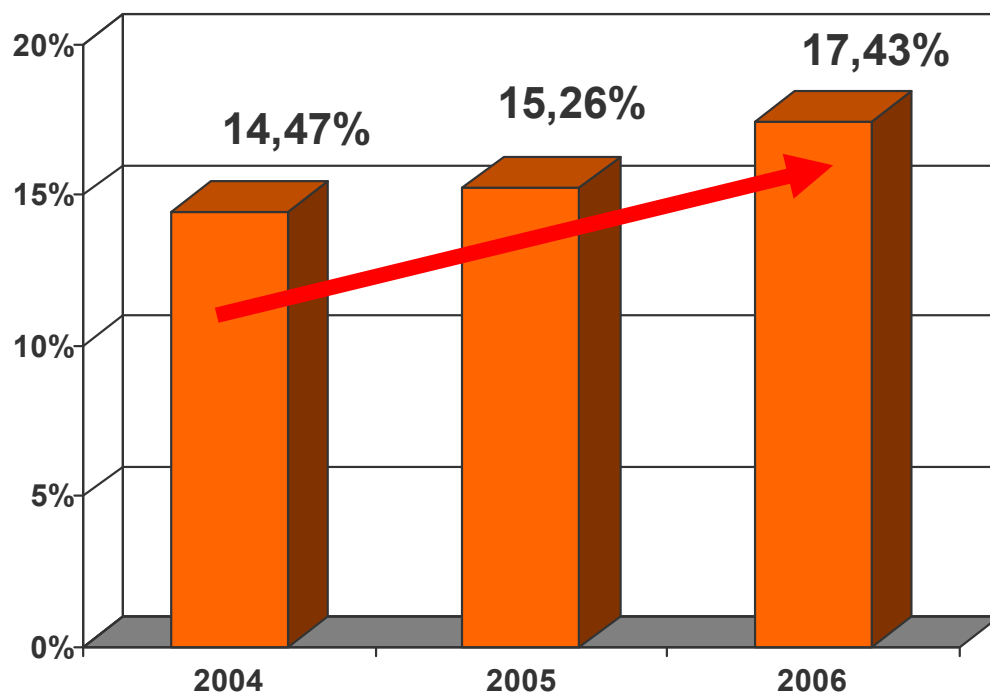
Roste zájem zahraničních firem o české veletrhy



39

Na auditovaném trhu trvale roste podíl zahraničních vystavovatelů

- v roce 2004 - 14,47%
- v roce 2005 - 15,26%
- v roce 2006 - 17,43%



www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

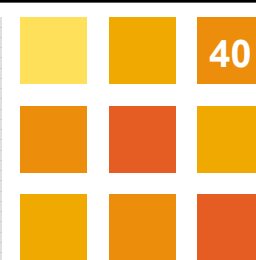


BVV

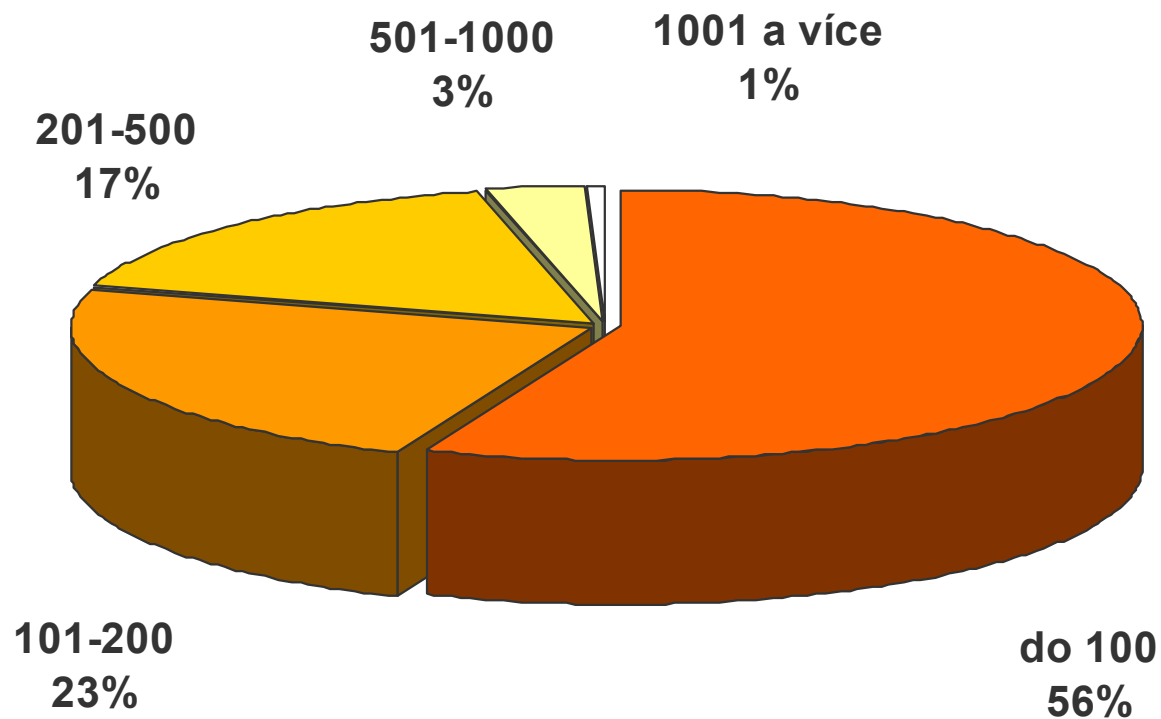


Veletrhy
Brno

Českému trhu kralují veletrhy do 100 vystavovatelů



56,0 % všech veletržních a výstavních akcí v České republice → akce, na nichž počet prezentujících se firem nepřekročí 100 vystavovatelů → jedná se tedy spíše o menší veletržní a výstavní akce



Rok: 2006

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



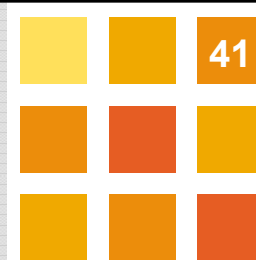
BVV



Veletrhy
Brno

SOVA ČR
společnost organizátorů veletržních a výstavních akcí

Průměrná plocha veletrhu



AUDITOVANÉ VELETRHY

- Průměrná plocha jedné auditované akce je 7 065 m².
- 30 auditovaných titulů (z celku 113 v roce 2006) → rozsah vyšší než 7 065 m².
- Tyto tituly se podílí na :
 - auditované výstavní ploše 72,22%,
 - na celkovém počtu auditovaných vystavovatelů 57,29%,
 - na celkovém počtu auditovaných návštěvníků 62,64%

NEAUDITOVANÉ VELETRHY

- Průměrná plocha jedné neauditované akce je 2 448 m².
- 35 neauditovaných akcí je větších než průměrná plocha a podílí se na celkovém rozsahu neauditované výstavní plochy (257 041 m²) 74,22%.

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

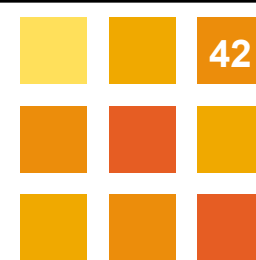


BVV



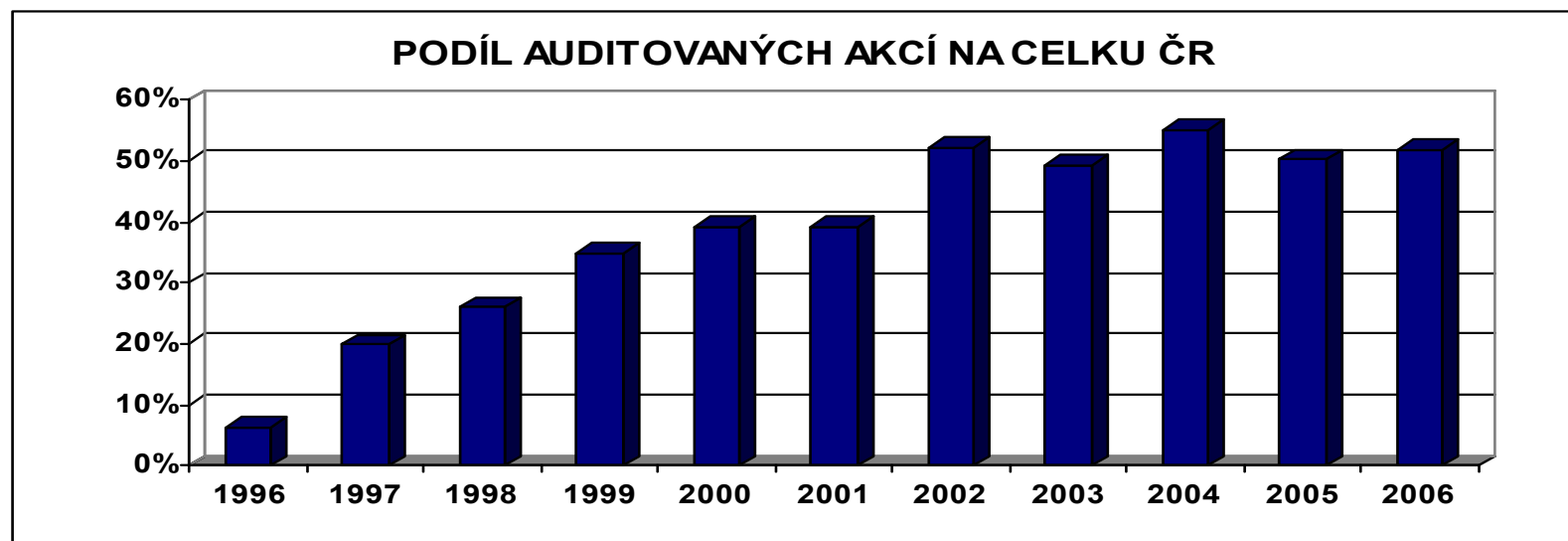
Veletrhy
Brno

Počet auditovaných akcí je stabilní



www.bvv.cz

- Objem auditovaných titulů od roku 2002 na hranici 50%.
- Na celkovém výstavním trhu se celkem 113 auditovaných akcí od 10 pořadatelů podílí
 - 75,6% na celkové výstavní ploše
 - 67,9% na celkovém počtu vystavovatelů
 - 69,7% na celkovém počtu návštěvníků



Central European
Exhibition Centre

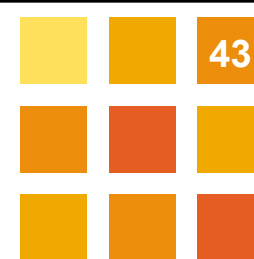


BVV



Veletrhy
Brno

Objem auditovaného trhu roste



SOUHRNNÉ ÚDAJE O AUDITOVANÉM TRHU ZA ČESKOU REPUBLIKU 2006				
	PLOCHA	VYSTAVOVATELŮ	NÁVŠTĚVNÍKŮ	AKRED. NOVINÁŘŮ
ČR AUDITOVANÝ TRH 2006	798 374	21 300	2 184 841	9 557
ČR AUDITOVANÝ TRH 2005	756 536	21 476	2 212 921	10 150
ČR AUDITOVANÝ TRH 2004	708 649	20 264	2 218 990	9 674
ČR AUDITOVANÝ TRH 2003	689 205	20 540	2 251 824	9 594
ČR AUDITOVANÝ TRH 2002	658 414	20 679	2 086 214	8 952

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

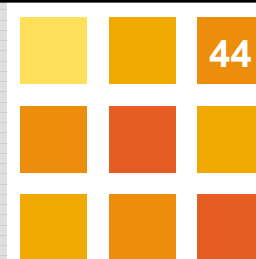


BVV

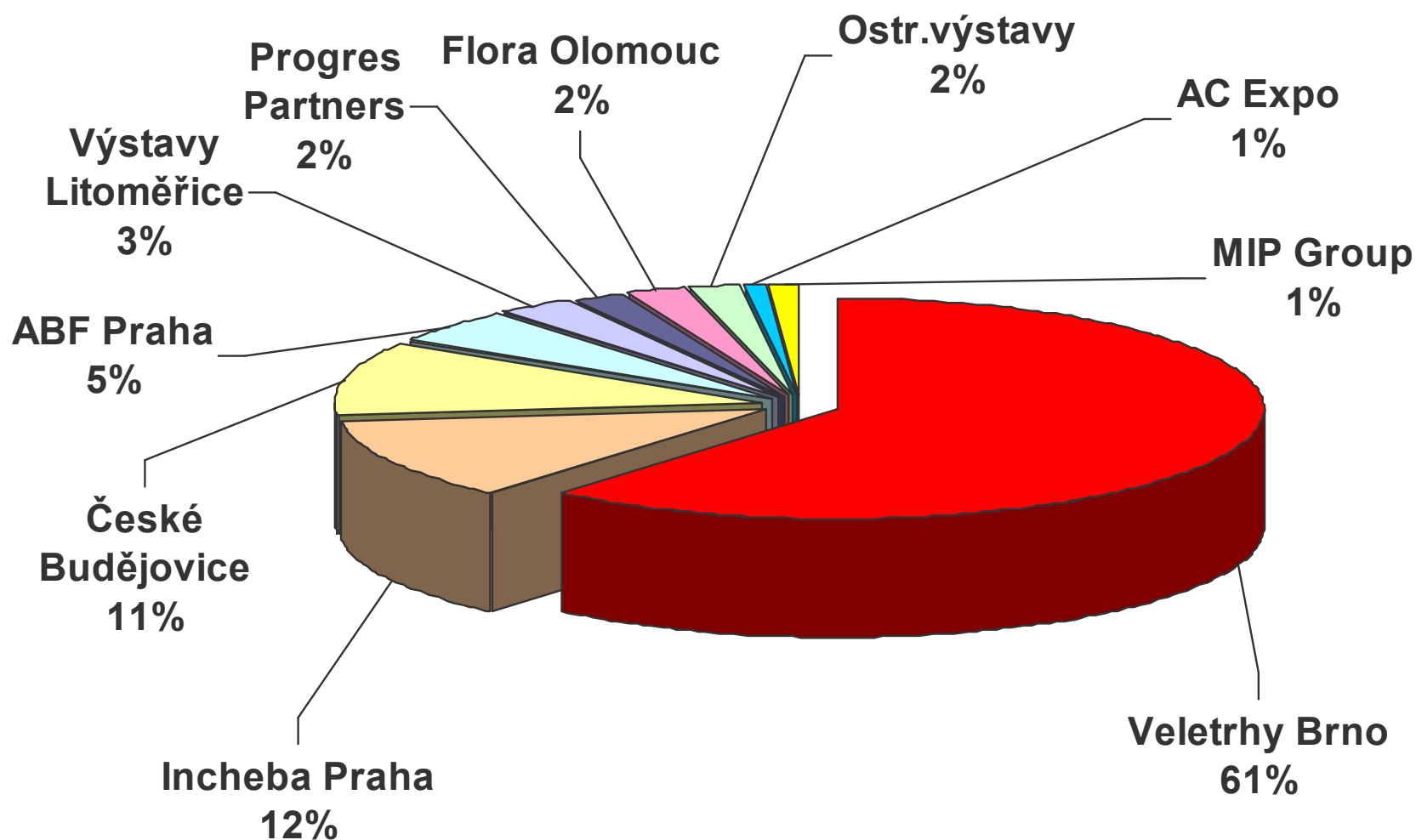


Veletrhy
Brno

Auditovaný trh podle organizátorů 2006- dle plochy



44



www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV

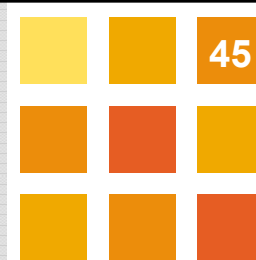


Veletřhy
Brno

Rok: 2006

SOVA ČR
společnost organizátorů veletržních a výstavních akcí

TOP 5 českého výstavnictví



- Nejvýznamnějšími veletržními správami na českém auditovaném trhu z hlediska celkové výstavní plochy, počtu vystavovatelů a počtu návštěvníků jsou společnosti v tomto pořadí TOP 5
 - Veletrhy Brno
 - Incheba Expo Praha
 - Výstaviště České Budějovice
 - ABF Praha

TOP 5 ZA ROK 2006	Návštěvníci	Vystavovatelé	Plocha
CELKEM	1,922.056	18484	737.667

- Na pátém místě jsou Výstavy Litoměřice podle parametru dle plochy a počtu návštěvníků a Výstaviště Flora Olomouc podle parametru počet vystavovatelů.

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

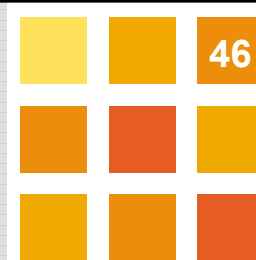


BVV



Veletrhy
Brno

Téměř polovina auditovaných veletrhů je mezinárodní



- Statutu mezinárodních veletrhů v souladu s metodikou UFI dosáhlo na auditovaném trhu 2006 celkem 50 výstavních titulů. Z toho
 - Veletrhy Brno připravily 35 mezinárodních akcí,
 - Incheba Expo Praha 8 akcí,
 - Ostravské výstavy, Progres Partners a Výstaviště Flora Olomouc po dvou a MIP Group 1 akci.
- Veletrhy Brno v segmentu mezinárodních veletrhů zauímají podílem 70% první místo.

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



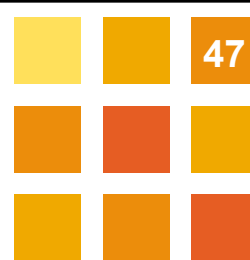
BVV



Veletrhy
Brno

SOVA ČR
společnost organizátorů veletržních a výstavních akcí

Problémy českého výstavnictví



- Validita dat o výstavnictví - ne všichni organizátoři veletrhů auditují své výsledky
- Výchova odborníků pro výstavnictví
- Umí se firmy na veletrh připravit?
- Pokud firmy šetří, začínají u nákladů na propagaci
- Nadnárodní firmy na českém trhu volí jiné marketingové prostředky

www.bvv.cz

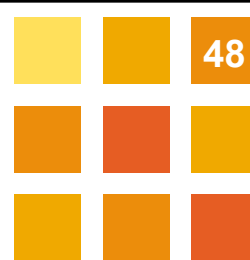
Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno



Veletrhy Brno, a.s.

www.bvvv.cz

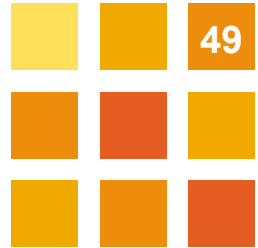
Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno



www.bvv.cz



Central European
Exhibition Centre

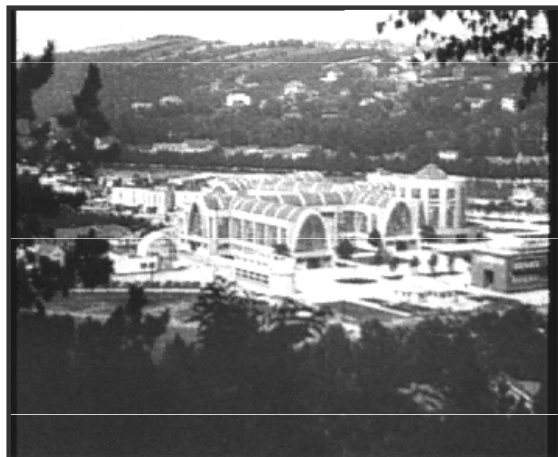
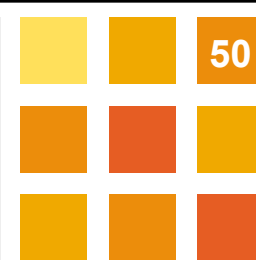


BVV

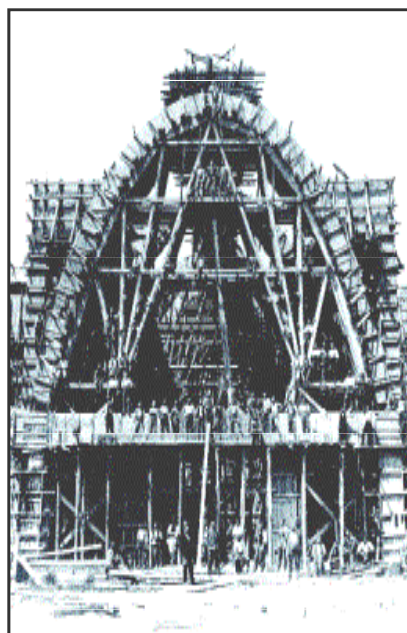
Veletrhy
Brno

Tradice

- moderní výstaviště s 80-letou tradicí



- **1928** – vznik areálu při příležitosti soudobé kultury Československu
- **1959** – 1. Mezinárodní veletrh v Brně



www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

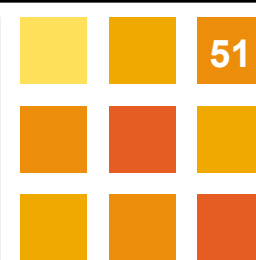


BVV

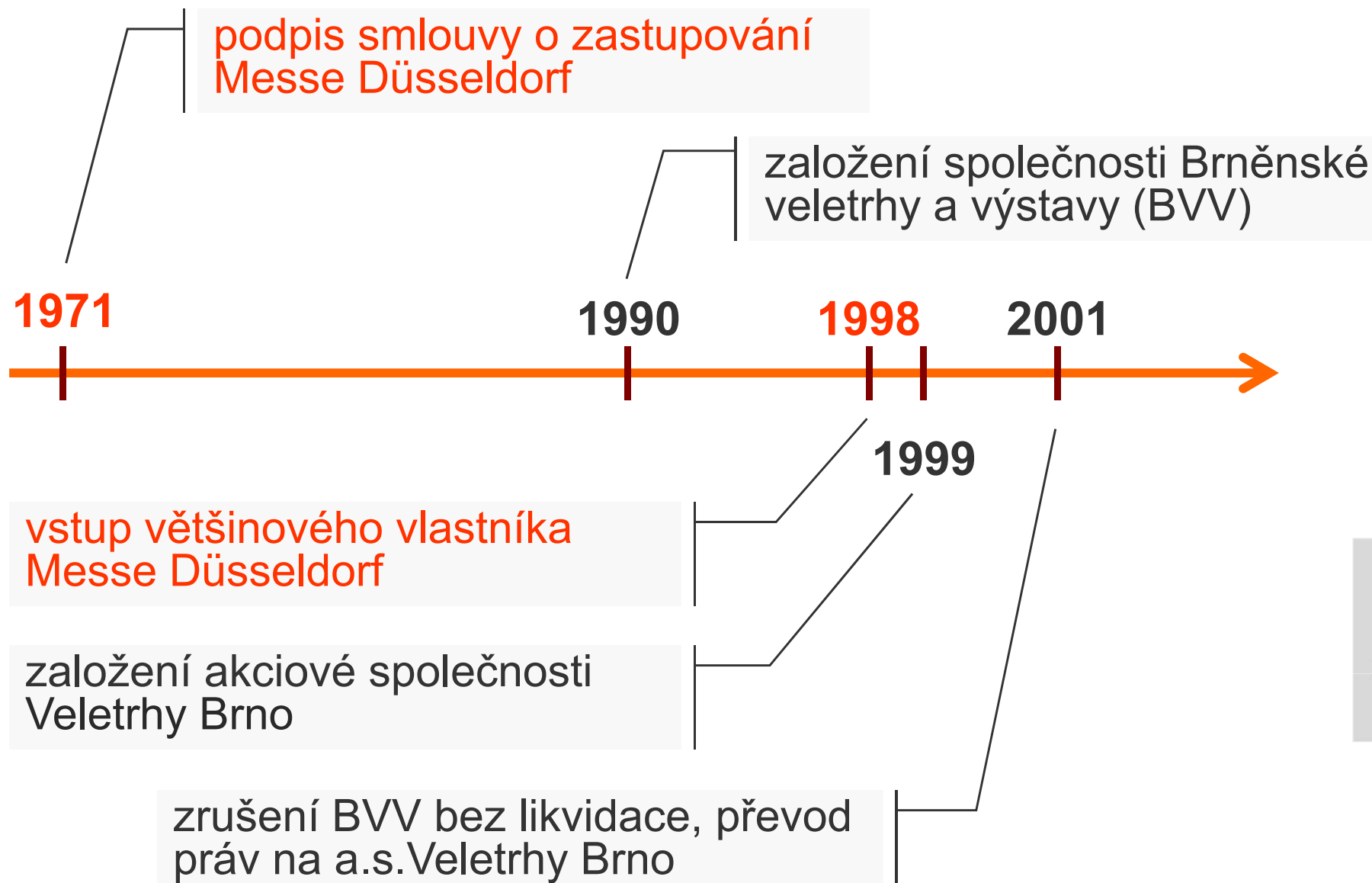


Veletrhy
Brno

Historické mezníky



51



www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

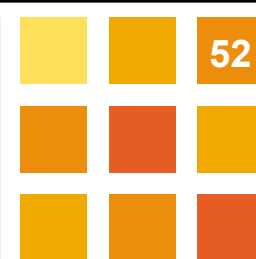


BVV

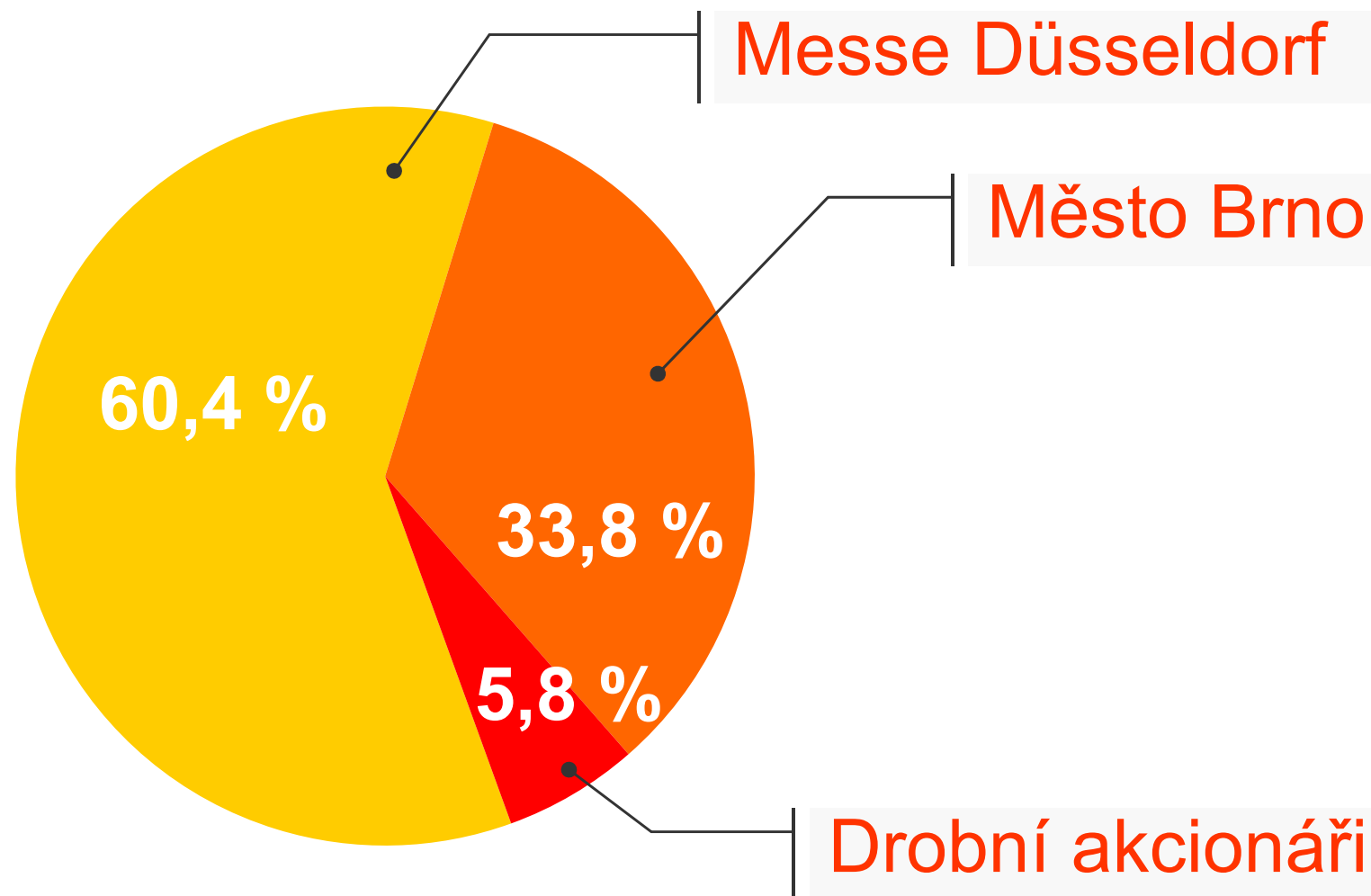


Veletrhy
Brno

Vlastnická struktura



52



www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno

■ Vlastnická struktura kopíruje německý model Messe Düsseldorf

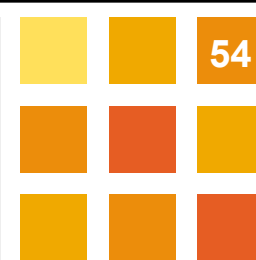
Plán výstaviště

53

- Rozloha areálu: 667 000 m²
- Počet pavilonů: 16
- Hrubá výstavní plocha: 191 000 m²



Vizitka BVV



pořádá 49 veletrhů

43 veletrhů je číslem 1 v ČR

25 veletrhů je číslem 1 ve střední Evropě



BVV má 62,3 % podíl na auditovaném trhu v ČR

BVV má 70 % podíl v kategorii mezinárodních veletrhů

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

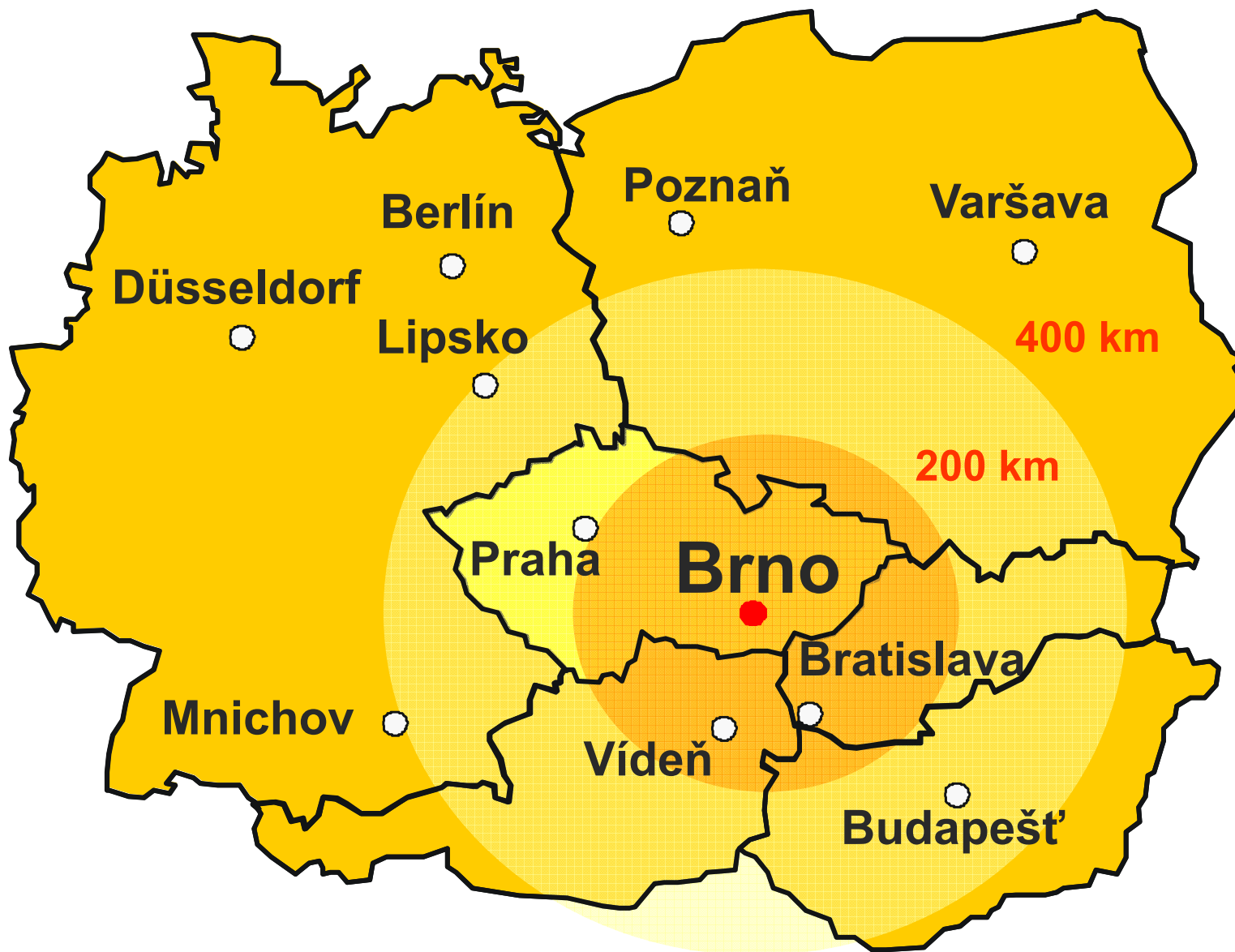
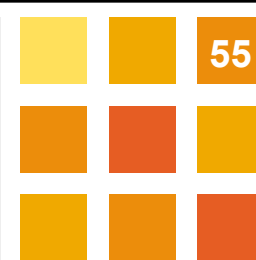


BVV



Veletrhy
Brno

Brno - město v centru dění



www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

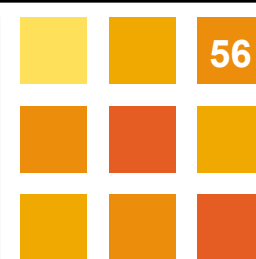


BVV



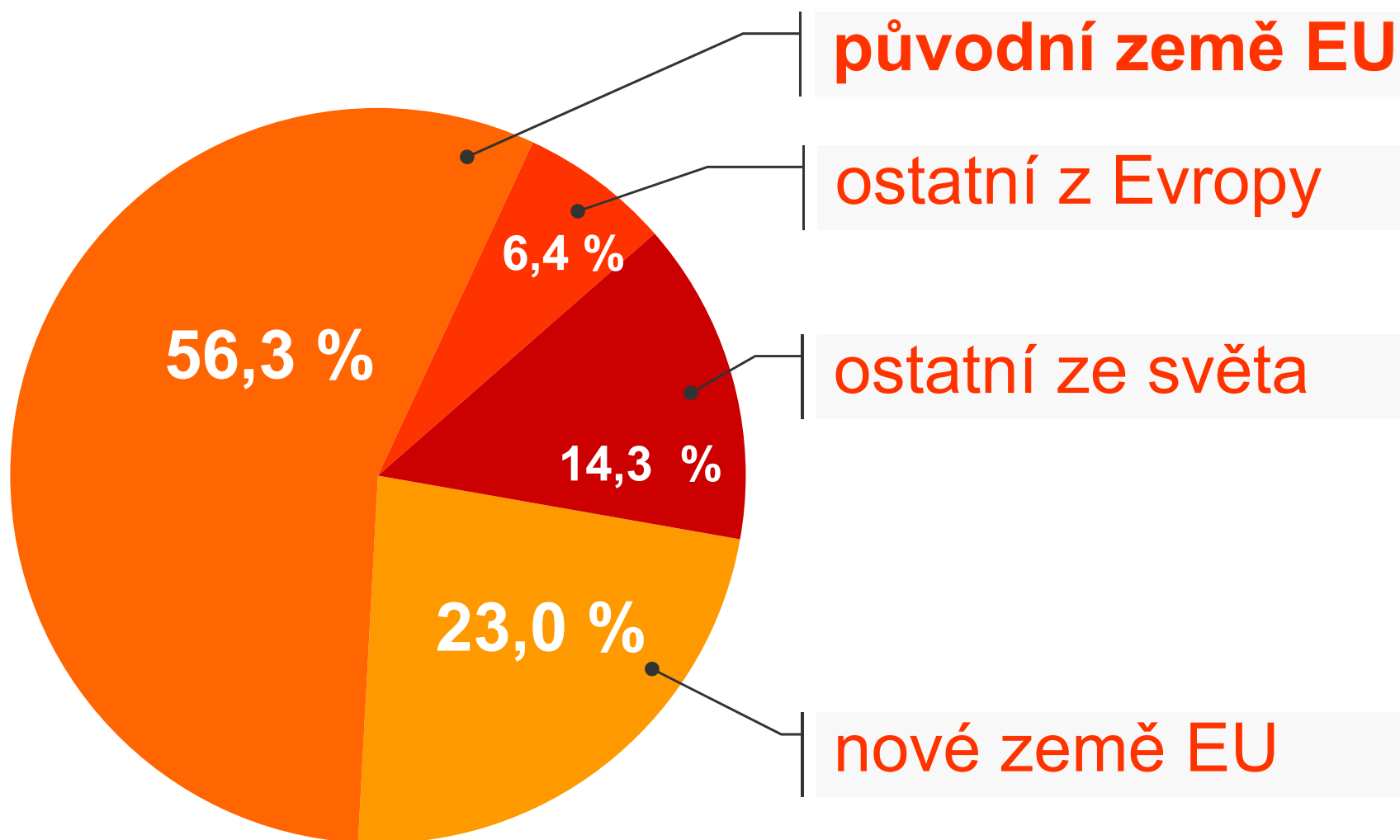
Veletřhy
Brno

Vystavovatelé



56

- Struktura zahraničních firem vystavujících na veletrzích v Brně v roce 2006



www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

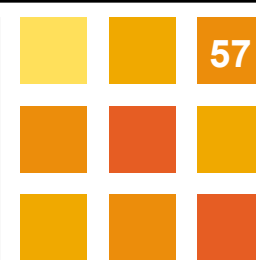


BVV

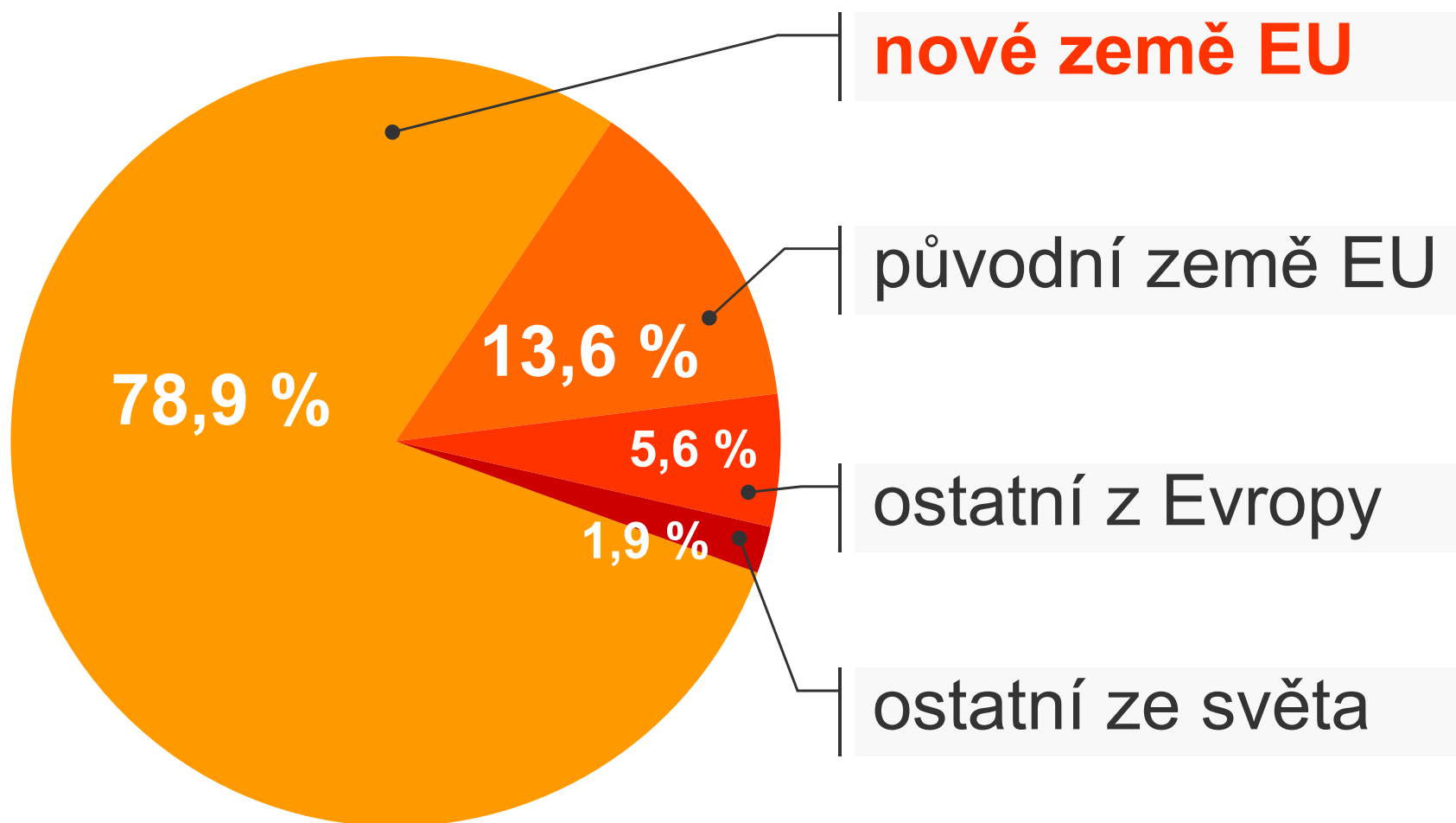


Veletrhy
Brno

Návštěvníci



- Struktura zahraničních návštěvníků na veletrzích v Brně v roce 2006



www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

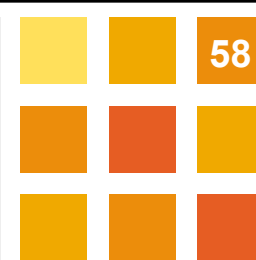


BVV



Veletrhy
Brno

Pozice BVV na trhu v ČR



- Ročně na veletrzích v Brně více než 1 milion návštěvníků
- Ročně vystavuje více než 10 000 vystavovatelů a pronajmou si cca 500.000 m² plochy

- **POZNÁMKA:**

Statistické údaje BVV jsou auditovány podle kritérií, které vydávají významné mezinárodní společnosti UFI a CENTREX

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

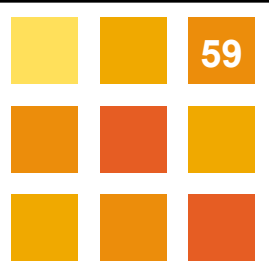


BVV



Veletrhy
Brno

Vítejte na BVV...



59

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno

Služby spojené s veletržní účastí v areálu BVV

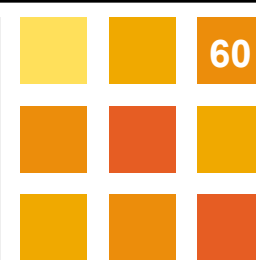
- Realizace expozic a servis
- Konferenční servis
- Catering
- Cestovní služby, ubytování

Přidaná hodnota k veletržní účasti v areálu BVV

- Vzdělávání pro vystavovatele - seminář „Jak lépe uspět na veletrhu“ , „Veletržní expozice klíčem k úspěchu“
- Soutěž AURA - efektivní veletržní účast
- ExpoContact - elektronický katalog firem
- Business Center - správný kontakt
- Tiskové středisko

Další služby

- Pronájem hal a sálů
- Realizace expozic ve světě
- Organizace oficiálních účastí
- Zastupování zahraničních veletržních správ
- Prodej výstavářských systémů Octanorm
- Prodej koberců Alma
- Víza, letenky, ubytování po celém světě
- Gastronomický servis po celé republice
- Expoparking



www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

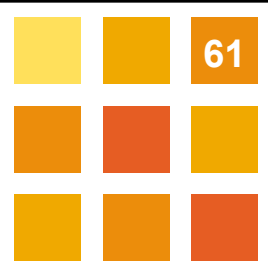


BVV



Veletrhy
Brno

Veletrhy Brno jsou součástí mezinárodních struktur veletržního průmyslu



- **UFI** – Globální asociace veletržního průmyslu
- **CENTREX** – Mezinárodní unie pro veletržní statistiku
- **INTEREXPO** – Asociace organizátorů kolektivních národních účastí na mezinárodních veletrzích a výstavách
- **SOVA** – Společenstvo organizátorů veletržních a výstavních akcí České republiky

www.bvv.cz



Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno

Lidé si pamatují:

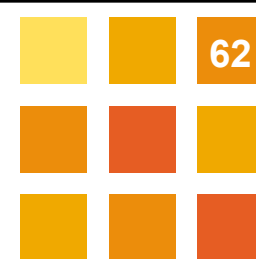
jen 10% toho, co slyší

jen 20% toho, co vidí

jen 40% toho, co vidí
a slyší dohromady

ale **100% toho, co
sami prožijí**

Veletrhy a výstavy ...100% mediální zásah.



www.bvv.cz

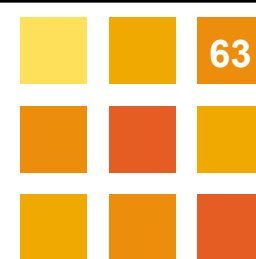
Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno



DĚKUJI ZA POZORNOST!

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno