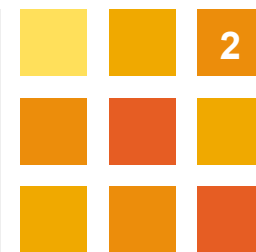




Veletřní průmysl v Evropské unii a ve světě



1. Veletržní průmysl v ČR
2. Veletržní průmysl ve světě a v Evropě
3. Výstavní trhy střední Evropy
4. Veletržní průmysl v Německu
5. Další země světa
6. Zahraniční a národní veletržní svazy

www.bvv.cz

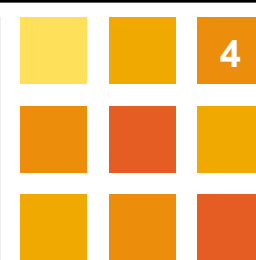


Veletržní průmysl v ČR

- základní údaje 2006

Český veletržní průmysl

- základní údaje za rok 2006



■ Základní statistické ukazatele:

- Výstavní plocha: 1.055.415 m² (z toho 75,6% audit)
- Počet vystavovatelů: 31.388 (z toho 67,9% audit)
- Počet návštěvníků: 3.149.624 (z toho 69,7% audit)

■ Počet pořadatelů v ČR – cca 40

■ Počet veletržních akcí v ČR – ročně 200 - 230

■ TOP 5 pořadatelů (auditovaný trh)

- Veletrhy Brno
- Incheba Praha
- Výstaviště České Budějovice
- ABF Praha
- Výstavy Litoměřice (plocha) x Flora Olomouc (počet vystavovatelů)

www.bvv.cz

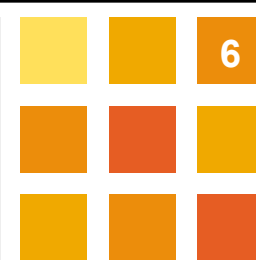


Veletřní průmysl v ČR

- subjekty působící ve výstavnictví

Holešovice

Základní data



- Majitel výstaviště – město Praha
- Provozovatel - od roku 1992 Incheba Praha
- 2004 – podepsána nová smlouva o pronájmu s dobou trvání na 60 let
- Roční nájemné činí 20 mil. Kč.

- | | |
|--|-----------------------|
| ■ Podíl na trhu 2006 - audit + neaudit | 8,9% |
| ■ Podíl na trhu - pouze audit | 11,8% |
| ■ Plocha | 32 ha |
| ■ Brutto výstavní plocha | 15.000 m ² |

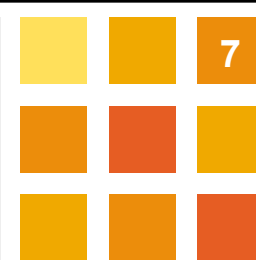
■ Výstaviště využívají:

AOV, Arrow Trade, Auto Štangl, AteMi, Beauty Expo, Incheba Praha, MIP Group, Progres Partners Advertising, Střechy Praha, Agentura Triumf, Svět zábavy, Svět knihy, Vego Praha

www.bvv.cz

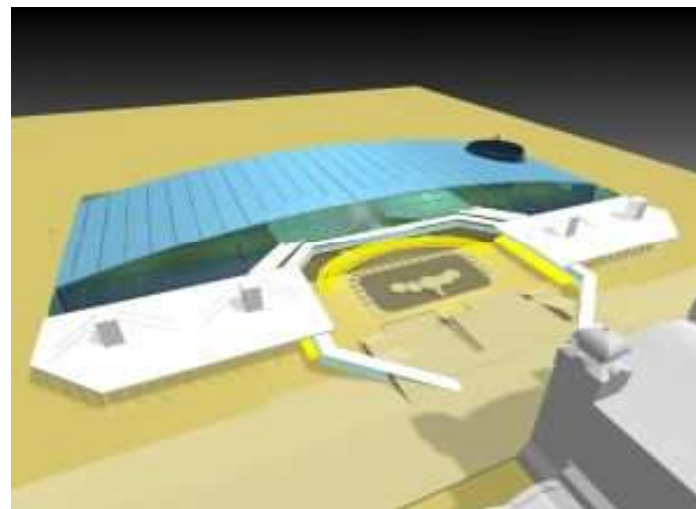
Holešovice

Investiční plány: Modernizace výstaviště



Již realizováno

- výstavba krytého tunelu propojujícího Průmyslový palác s Křížíkovými pavilony
- zřízení veletržní autobusové linky ze stanice metro Nádražní Holešovice do nitra areálu v dolní části výstaviště
- otevření letní kavárny na rekonstruované střeše foyer Průmyslového paláce
- nové presscentrum a kanceláře organizátorů v pravém křídle paláce



www.bvv.cz

Plány 2006

- zahájení výstavby multifunkční haly (16.000 m² = největší hala ve střední Evropě) – dokončení 2007. Hala bude určena také pro kulturní a sportovní akce – **VÝSTAVBA ZATÍM NEZAČALA**
- Výše investice 300 mil. Kč

Letňany - PVA

- PVA, a.s. založena v roce 1997 mezi Prahou (11%) a ABF, a.s. (89%)

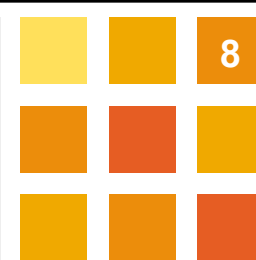


- PVA Servis s.r.o. založený v roce 2001:
 - 50% Terinvest, spol s r.o.
 - 50% ABF, a.s.



- Podíl ABF na trhu 2006 – audit + neaudit 4,0%
- Podíl ABF na trhu – pouze audit 5,3%
- Brutto výstavní plocha 33.000 m²
- Maximální brutto - výstavní plocha (provizorní plocha podle požadavků) 70.000 m²

- **Výstaviště využívají:**
ABF, Dart, Europrodex , MADI, Terinvest, YACHT



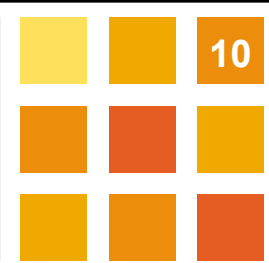
www.bvv.cz

Investiční plány: Modernizace výstaviště

- Květen 2006 – vstup strategického partnera SPGroup do společnosti ABF (SPGroup vlastní 66,5% akcií)
- Do výstavby výstaviště jsou plánované investice ve výši 12 mld. Kč
- Projekt počítá s postupnou výstavbou až 130.000 m² výstavních ploch a dalších 120.000 m² dalších objektů (hotely, obchodní a administrativní budovy a komerční nemovitosti)
- Areál má být přímo propojen na metro – po dokončení výstavby trasy C2 metra
- PVA předpokládá, že v případě kandidatury Prahy na pořádání olympijských her by mohly být nové výstavní pavilony využity pro některé sporty



Výstaviště České Budějovice



- Rok 1994 – privatizace – vznik Park Centrum, a.s.
- Rok 1997 - přijat nový název - "Výstaviště České Budějovice a.s.,,
- Podpůrný garanční rolnický a lesnický fond (jde o a.s. ministerstva zemědělství ČR) vlastní 88% akcií

- Podíl na trhu 2006 – audit + neaudit 8,6%
- Podíl na trhu – pouze audit 11,4%
- Areál charakterizuje provázanost výstavních ploch s přírodou
- Největší výstavní akce „ Země živitelka“

- Rok 2005 - prodej plochy 6 ha v severní části areálu (pro obchodní centrum)

Investice v roce 2006

- nové parkoviště, vstupní brány a pokladny v severní části areálu – umožnění vstupu od hypermarketu Tesco

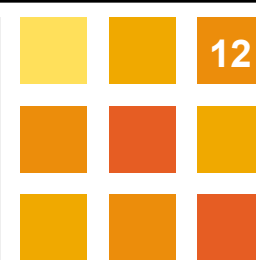
www.bvv.cz



Veletřní průmysl v ČR

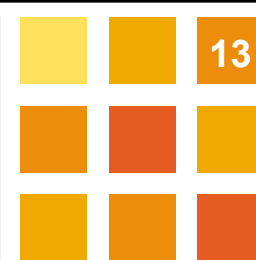
- trendy českého výstavnictví

Obecné trendy výstavnictví (1)



- **kompaktnější** - veletrhy reprezentují užší témata než tomu bylo v minulosti - jsou tak říkajíc šitě na míru té které branži.
- **kratší** - ty tam jsou doby, kdy např. MSV trvalo 14 dní. Žijeme rychleji, více si dáváme pozor na efektivní využití času a to má vliv i na veletrhy. Dle aktuálního průzkumu CENTREX stráví pouze 12% návštěvníků na B2B veletrzích více než 1 den, u veletrhů B2C jsou to dokonce pouze 4%.
- důraz na **koncept** - na tvorbě konceptů veletrhů spolupracují s veletržními správami běžně zástupci svazů i vystavovatelů. Cílem je připravit pro obor koncept veletrhu, který má pro další vývoj oboru smysl. Důraz také na doprovodný program či přítomnost osobností z oblasti politiky na veletrhu.

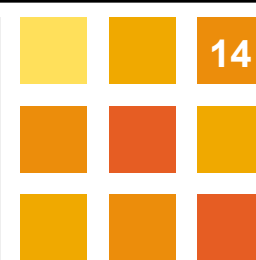
Obecné trendy výstavnictví (2)



- preferována **kvalita** před kvantitou - to platí především na straně návštěvníků. U odborných B2B veletrhů nerozhoduje jejich množství, ale kvalita (mezinárodnost, odbornost či rozhodovací pravomoci).
- Navíc s rostoucí globalizací roste význam **internacionality** veletrhů. V poslední době Veletrhy Brno zaznamenávají zájem o veletrhy mezi podnikateli ze zahraničí - jejich počet na straně vystavovatelů i návštěvníků utěšeně roste.
- Stále větší roli hrají **služby**, resp. jejich rozsah, kvalita a pohodlí při jejich získávání. Zákazník má zájem získat vše na jednom místě, stává se stále náročnější a hledá vždy třešničku na dortu - nějaký bonus, který ospravedlní jeho účast na veletrhu.
 - Výstavba expozic na klíč, zajištění dopravy, večerní program, ubytování apod.

www.bvv.cz

Obecné trendy výstavnictví (3)

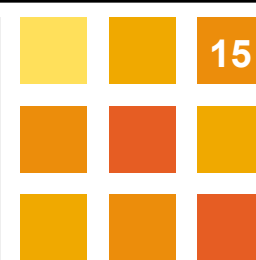


- Tlak na **efektivitu** veletržní účasti. BVV např, nabízí firmám pomocnou ruku, a to jak ve fázi příprav - seminář "Jak lépe uspět na veletrhu", tak ve fázi vyhodnocení veletržní účasti - soutěž AURA - Efektivní veletržní účast
- Veletržní správy doprovázejí firmy **na zahraniční trhy (aliance, dceřiné společnosti...)**
- V době IT informace rychle zastarávají, firmy prezentují **novinky průběžně** – nečeká se na veletrh
- V době recese **šetří firmy náklady** (objednávka menších ploch), volí se jiné formy marketingové komunikace (showrooms, events, off roads...)

www.bvv.cz

TRENDY:

Preferované obory



Veletřhy, 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

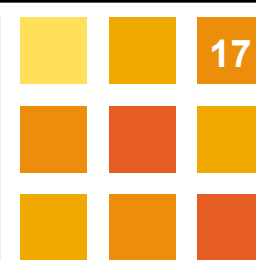
www.bvv.cz

Obory, které se potýkají s potížemi

- **veletrhy spotřebního zboží** (konkurence hypermarketů)
- **módní veletrhy** (asijská konkurence, módní značky volí jiné marketingové postupy)
- **IT branže** (přesun do zábavní elektroniky = spotřební zboží)
- **medicína** (současný totální rozklad systému, vysoká míra korupčního prostředí)
- **potravinářství** (postupná koncentrace trhu – zůstanou pouze 2-3 velcí výrobci v každém oboru, zahraniční konkurence, preference levných potravin na úkor zdravé výživy)

www.bvv.cz

Problémy českého výstavnictví



Účast firem na veletrzích

- stále obtížnější akvizice převážně velkých firem, lídrů trhu, kteří dávají přednost jiným formám marketingové komunikace
- malé a střední firmy se postupně učí využívat veletrh jako marketingový nástroj. Jejich podíl na mnoha veletrzích se pohybuje v rozmezí 80-90%
- potenciálním zdrojem vystavovatelů jsou firmy, které na veletrhy vůbec nechodí. (využívají tzv. events, in-house veletrhů apod.)
- dochází ke změnám v orientaci firem z produktové na zákaznickou. (Zákaznický orientovaná firma disponuje mnoha benefity, vztahy a možnostmi, kterými může zákazníka ke své produkci připoutat)
- telemarketing trápí stagnace zákaznických databází, snižování počtu hovorů a tlaky na snižování nákladů. Nové telemarketingové služby se zaměřují na vymáhání pohledávek, technickou podporu a automatizaci

Konkurence zahraničních trhů

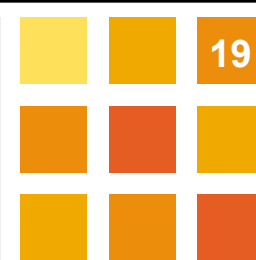
- firmy vnímají zahraniční trhy jako perspektivní, proto jim dávají přednost před účastí na domácích veletrzích. Tyto účasti jsou navíc sponzorovány státními institucemi z hlediska vývozu
- trhy směrem na východ od Německa jsou ideální proto, že firmy se posouvají blíže svým budoucím zákazníkům bez většího rizika a navíc za přijatelné ceny (cena za plochu menší než 100 EUR),,

www.bvv.cz

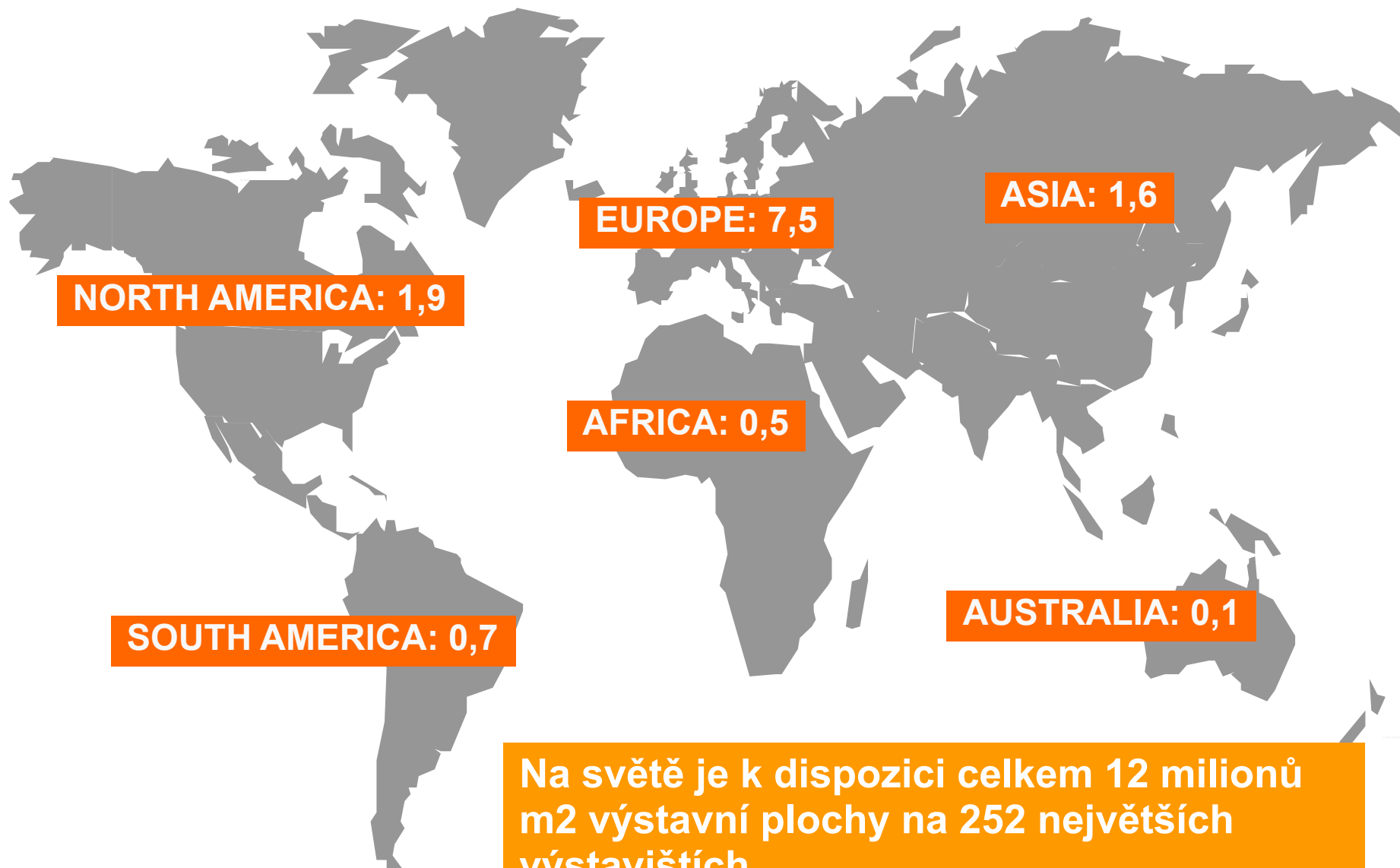


Veletržní průmysl ve světě a v Evropě

Celosvětový veletržní a výstavní trh



■ výstavní kapacita v pavilonech (million m2 brutto)



Na světě je k dispozici celkem 12 milionů m2 výstavní plochy na 252 největších výstavištích.

Zdroj: AUMA

www.bvv.cz



Objem trhu ročně dle odhadu UFI

(The Global Association of the Exhibition Industry)

- 1,5 milionů vystavovatelů (z toho ČR 35 – 40 tis.)
- 160 milionu návštěvníků (z toho ČR > 3 mil.)
- cca 300 velkých měst
- cca 3600 veletrhů a výstav ročně

Výstavní trh s auditovanými statistikami tvoří jednu třetinu trhu

- 512.000 vystavovatelů
- 49,5 milionu návštěvníků
- 21,5 milionu m²
- 1.415 veletrhů a výstav, z toho
 - 45% je určeno pro odborníky
 - 30% pro širokou veřejnost
 - 25% pro B2B a B2C
- V ČR se audituje cca 50% veletržních akcí



www.bvv.cz

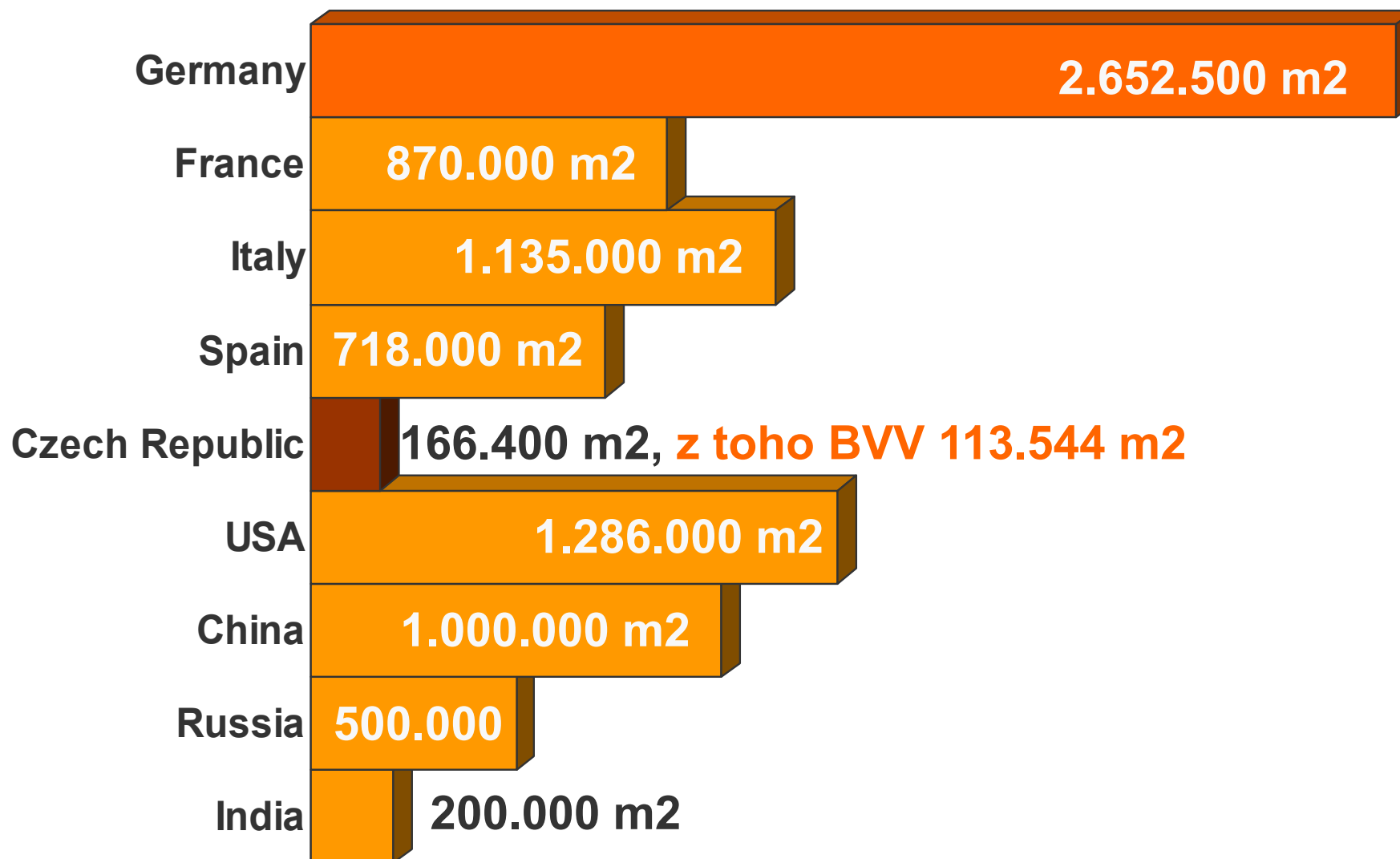
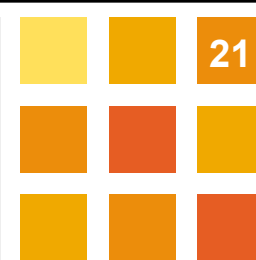
BVV



Veletrhy
Brno

Celosvětový veletržní a výstavní trh

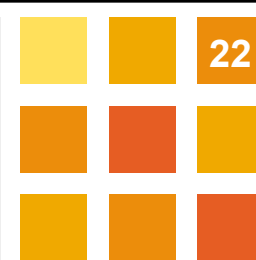
✓ dle výstavní kapacity v pavilonech



www.bvv.cz

Celosvětový veletržní a výstavní trh

✓ dle výstavní kapacity v pavilonech



Exhibition Centers



Worldwide 2006

Hall Capacities* (gross in m²)

Location

Hanover	495 265
Milan (Rho Pero)	345 000
Frankfurt/Main	321 754
Cologne	284 000
Düsseldorf	252 214
Valencia	230 837
Paris expo	227 380
Chicago	204 461
Birmingham	200 000
Orlando (Orange County)	190 875
Paris-Nord	190 669
Las Vegas (L.V. Convention Center)	184 456
Bologna	180 000
Munich	180 000
Berlin	160 000
Nuremberg	152 000
Madrid	150 000
Guangzhou (GICEC)	149 200
Bangkok (IMPACT)	140 000
Basle	131 100
Atlanta (GWCC)	130 112
Verona	122 000
Bari	120 000
Houston (Reliant Park)	119 258
Brussels	116 137
Barcelona (Montjuic)	115 000
Milan (City)	115 000
Barcelona (Gran Via M2)	114 000
Bruno	113 544
Poznan	113 100
Essen	110 000
Moscow (VVZ)	108 500
Bilbao	108 000
Shenzhen (SZCEC)	105 000
Lyon	104 000
Shanghai (SNIEC)	103 500
Geneva	102 470
New Orleans	102 230
London (Earls Court/Olympia)	101 300
Leipzig	101 200
Parma	100 000
Singapore (Expo)	100 000
Utrecht	100 000



Německo je ve veletržní branži „číslo 1“



Brno – 29. místo na světě

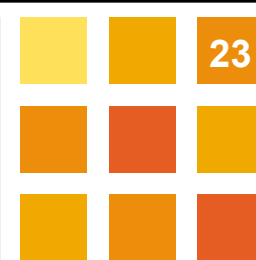
www.bvv.cz

Status: 1.1.2006

* with more than 100 000 m² hallspace
The figures refer – if not otherwise noted – on the main exhibition center in the individual city, not on the total capacity.

Srovnání ceny za pronájem plochy

✓ průměrná cena za m²



Italien	€ 120
Deutschland	€ 145
Brasilien	€ 157
Frankreich	€ 183
Russland	€ 215
Großbritannien	€ 264
Vereinigte Ar.Emirate	€ 283
China	€ 289
USA	€ 289
Hongkong	€ 293
Japan	€ 326

Zdroj: AUMA

Tschechische Republik

€ 84

Zdroj: BVV

www.bvv.cz

■ Globalizace má za následek

- zintenzivnění mezinárodní soutěže ve veletržním průmyslu
- masivní koncentraci veletrhů, provázenou vznikem integrované podniky s významnými obraty. Vzniká „světová liga veletržního hospodářství“

■ Veletržní správy hledají možnosti **kooperace na třetích trzích**

- cílem je úspora nákladů, společný management

■ **Internacionalizace** probíhá ve dvou směrech

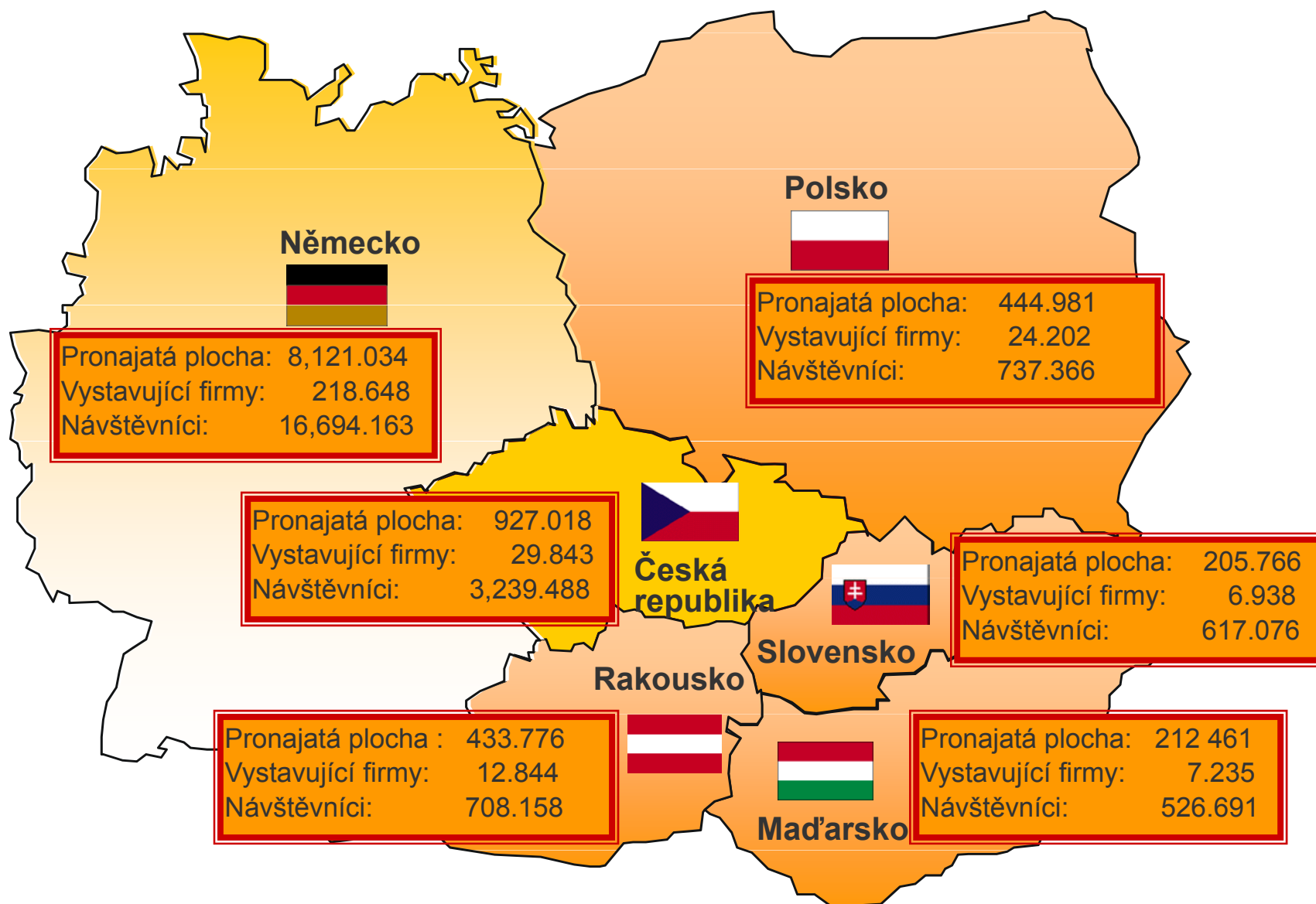
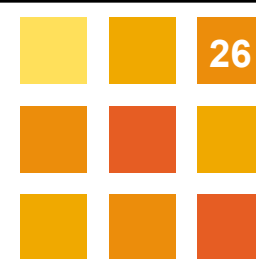
- Na evropských veletrzích se **zvyšuje podíl zahraničních vystavovatelů a návštěvníků**
 - na tyto trhy se tlačí výrobci a obchodníci z Asie
 - konkurenceschopní výrobci ze zemí střední Evropy hledají odbytu na trzích západní Evropy
- Špičkové evropské veletrhy jsou **vyváženy do zahraničí**
 - veletržní průmysl se přesouvá blíž k odbytovým trhům s potenciálem růstu (Čína, Rusko, Spojené arabské emiráty, Indie..)

■ Velcí hráči na trhu (pořadatelé špičkových veletrhů) se výrazněji **profilují vůči regionálním** veletržním správám



Výstavní trhy střední Evropy

Veletržní trh střední Evropy a Německa v roce 2004

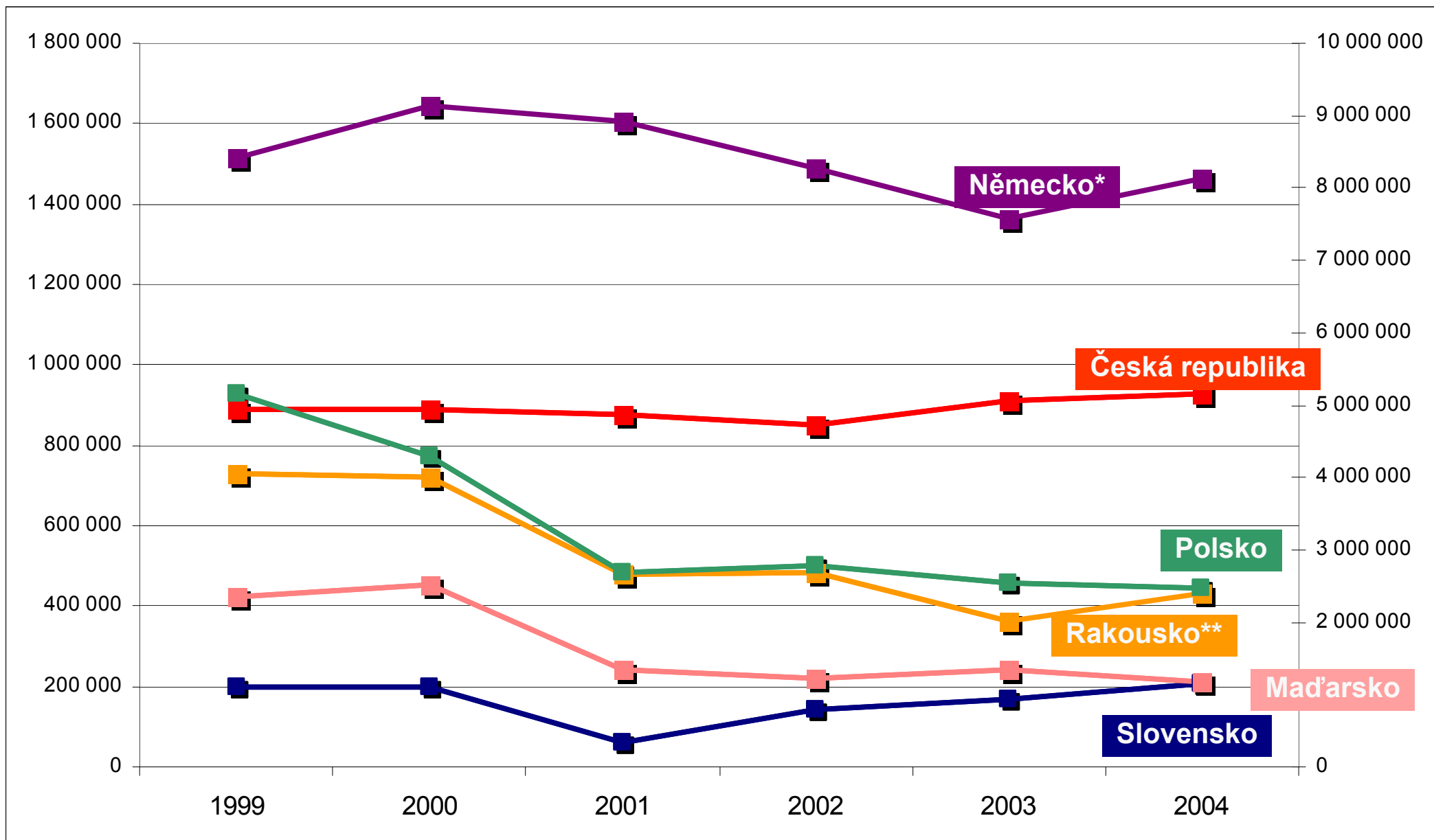
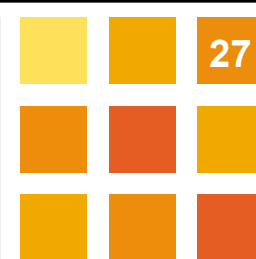


www.bvv.cz



Vývoj trhu ve střední Evropě a Německu

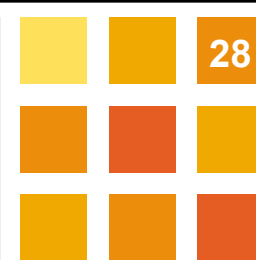
(výstavní plocha v m²)



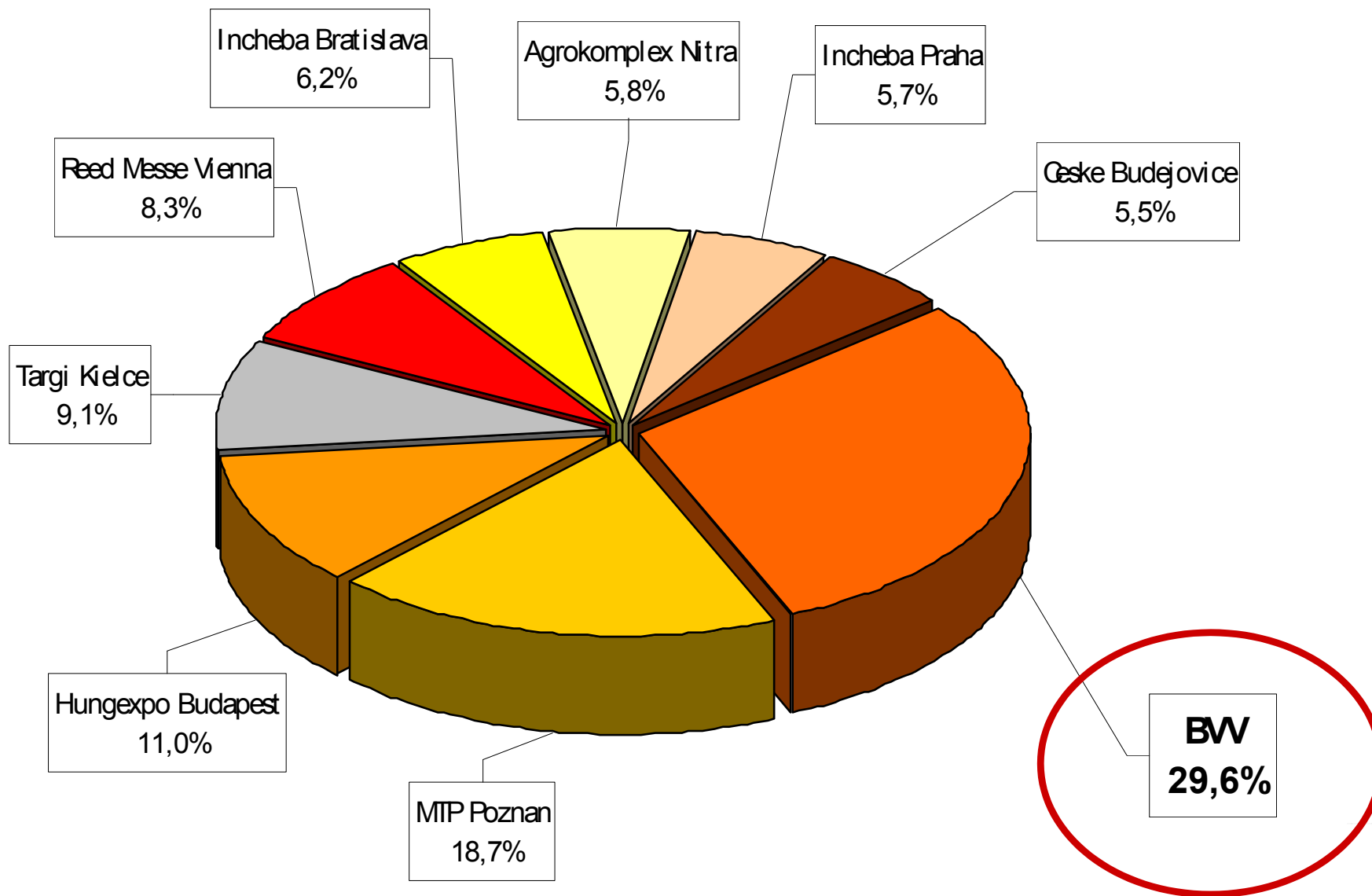
*Pro vývojovou řadu Německa je platná pravá osa hodnot

** údaje 2001-2004 pouze audit FKM

Podíl organizátorů na trhu střední Evropy v roce 2006



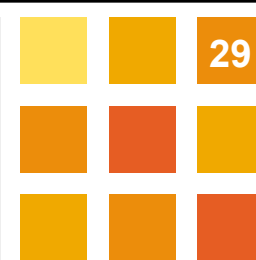
www.bvv.cz



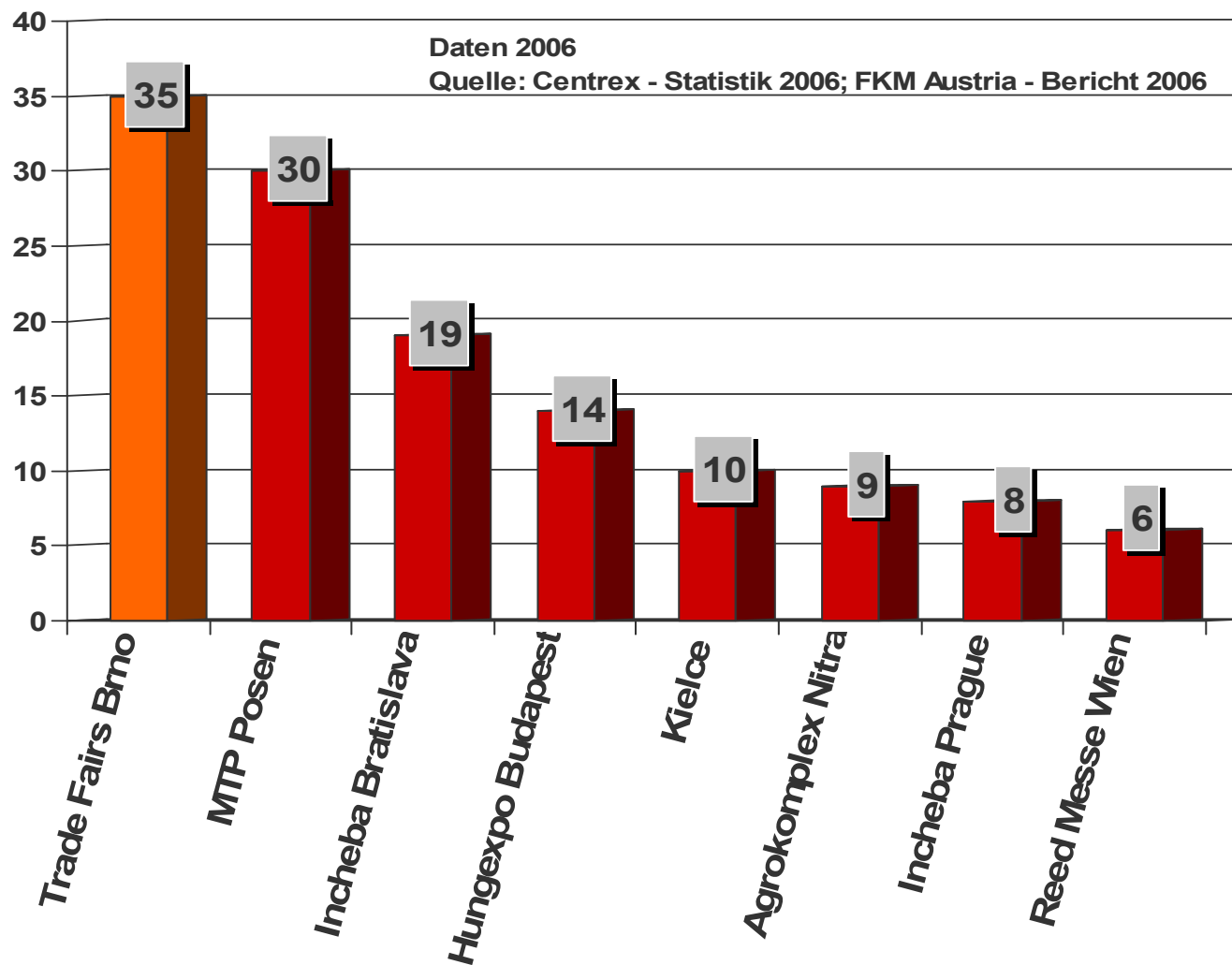
Organizátoři s pronajatými více než 50.000 m²; rok 2006

Zdroj: CENTREX, FKM

Mezinárodní projekty 2006



počet
mezinárodních projektů

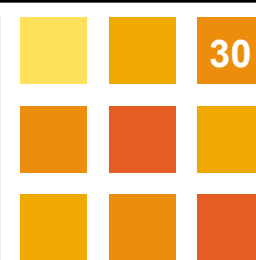


www.bvv.cz

Klasifikace mezinárodních veletrhů dle kritérií UFI:
10 % zahraničních vystavovatelů nebo 5 % návštěvníků ze zahraničí

Výstavní trhy střední Evropy

✓ specifika



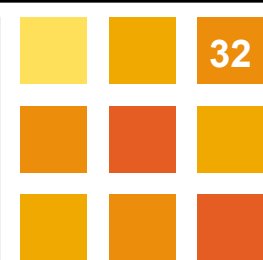
- **Nejsou podstatné rozdíly** oproti „západním“ standardům
- Země střední Evropy zaručují **vyšší podíl návštěvníků jak ze zemí střední Evropy**, tak ze zemí bývalého **Sovětského svazu** (není jazyková bariéra, historické vztahy)
- Působnost mezinárodních veletrhů nepřesahuje významně národní nebo středoevropské hranice (**nenaleznete zde žádný veletrh, který je č. 1 v celoevropském nebo světovém kontextu**)
- **Úroveň infrastruktury** výstavišť je na **různé úrovni** (např. areály Brno a Vídeň se řadí mezi TOP....)

www.bvv.cz



Veletržní průmysl v Německu

Veletržní města v Německu



24 veletržních správ = 2,652.531 m²



Trade Fairs in Germany 2006



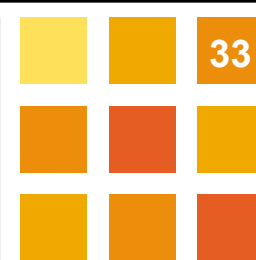
Exhibition Capacities*
(gross in m²)

Location	Halls	Outdoor
Hanover	495 265	58 070
Frankfurt/M.	321 754	83 163
Cologne	284 000	75 000
Düsseldorf	252 214	32 500
Munich (New Exh. Center)	180 000	253 000
Berlin	160 000	100 000
Nuremberg	152 000	
Essen	110 000	20 000
Leipzig	101 200	69 998
Friedrichshafen	69 700	11 800
Hamburg	70 000	8 500
Dortmund	60 000	
Augsburg	57 000	18 000
Stuttgart	54 500	10 000
Karlsruhe (New Exh. Center)	52 000	10 000
Pirmasens	45 000	30 000
Sinsheim	40 160	10 000
Bremen	39 050	100 000
Munich (M, O, C,)	30 000	
Saarbrücken	24 519	27 400
Offenburg	23 741	37 877
Karlsruhe (Congress Center)	22 000	10 000
Offenbach	18 000	
Freiburg	13 500	134 900

Stand: 1.1.2006

* Locations with at least one international or national event according to AUMA_Messe-Guide Germany

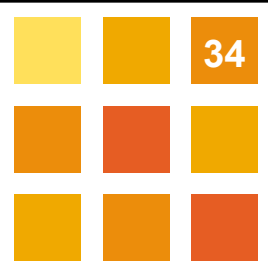
V čem je síla německého výstavnictví



- Ročně je pořádáno okolo 310 veletrhů, z toho polovina je mezinárodních (141 v roce 2007)
- Konají se se zde dvě třetiny všech světových špičkových projektů
- Sídlí zde 10 nejsilnějších pořadatelů veletrhů světa
- Silné oborové svazy spolupořádají řadu veletrhů. Společně s leadery branže určují, kde se veletrh uskuteční, podílejí se na atraktivnosti koncepce a také na výnosech

www.bvv.cz

V čem je síla německého výstavnictví

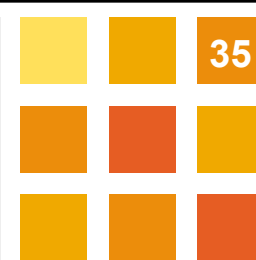


Německé veletrhy se stávají:

- **Místem setkání globalizovaných obchodů**
 - posiluje se mezinárodnost (některé veletrhy dosahují více než 60% podílu zahraničních vystavovatelů)
- **Informační a obchodní základnou asijských dovozců**
 - od konce 90 let došlo k nárůstu asijských vystavovatelů i návštěvníků o cca 60%
- **Vynikajícím exportním šlágre**
 - cílem pořadatelů je získat nové trhy ⇒ podpora popularity značky německých veletrhů ve světě, zvyšování počtu zahraničních vystavovatelů na německých výstavištích
 - v roce 2006 se v zahraničí uskutečnilo celkem 197 německých veletrhů ve 31 zemích
 - v roce 2007 je v plánu přes 203 projektů. Důležité země jsou Čína, Rusko, Indie a Spojené arabské emiráty.

www.bvv.cz

Účast na veletrzích v zahraničí



35

The 203 trade fairs abroad by German organizers 2007



AUMA members

Most important regions

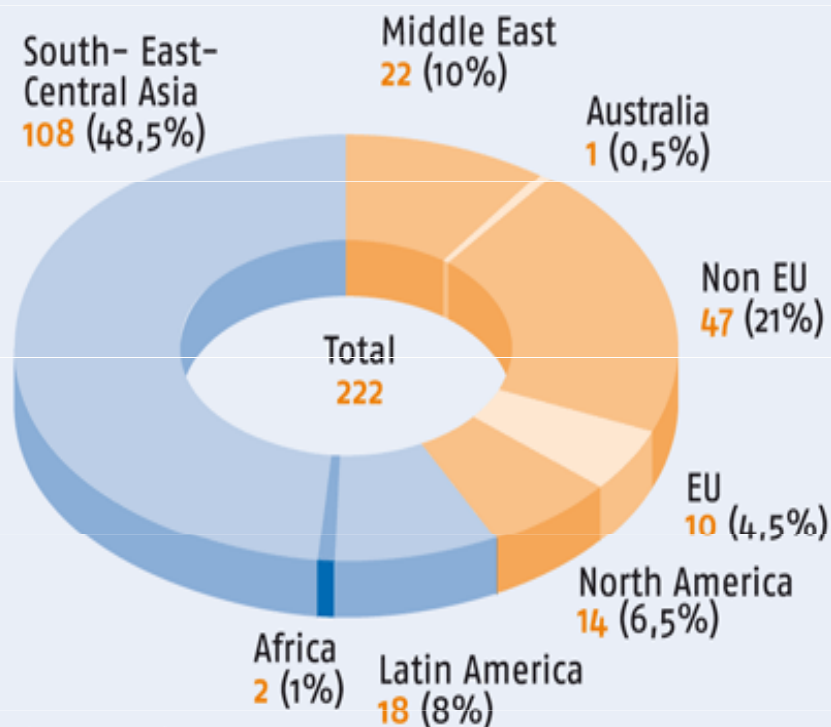
- 87 South-East-Central Asia
- 53 Central and Eastern Europe
- 20 Middle East
- 19 Latin America

Most important countries

- 54 China (Shanghai 30)
- 33 Russia (Moscow 29)
- 17 United Arab Emirates (Dubai 17)
- 11 USA (Las Vegas 4)

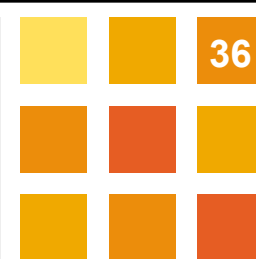
Status: 11/2006

Trade Fairs Abroad by German Organizers* 2007



*AUMA Members

www.bvv.cz

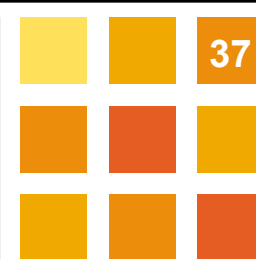


Statistika německého veletržního trhu

	Celková čistá plocha v m2	Počet vystavovatelů	Prokazatelní návštěvníci
1998	8 557 585	216 812	18 812 131
1999	8 421 071	220 043	18 821 521
2000	9 136 185	234 993	18 991 231
2001	8 910 985	226 921	19 143 711
2002	8 285 048	222 240	16 407 771
2003	7 577 464	210 839	16 673 577
2004	8 121 034	218 648	16 694 163
2005	7 730 525	208 363	16 368 674
2006 - odhad	7 808 000	218 670	16 777 890

Data & fakta 2002 - 2006

✓ počet pořádaných veletrhů*



Světové veletrhy



Regionální veletrhy



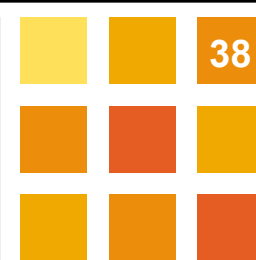
* FKM auditované + neauditované údaje

Zdroj: AUMA

www.bvv.cz

Data & fakta 2002 – 2006

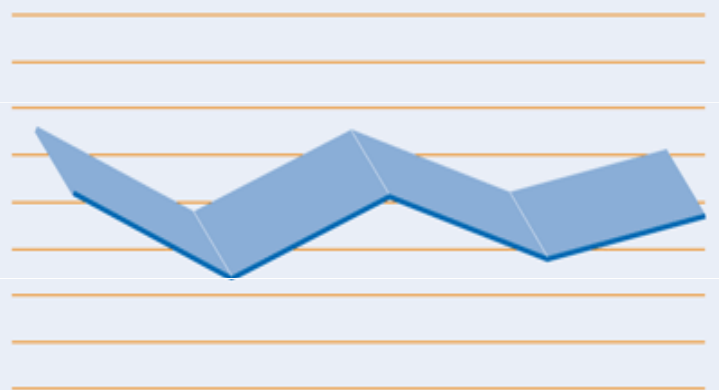
✓ pronajatá plocha v m²



Světové veletrhy

Trade Fairs in Germany

International and National Events



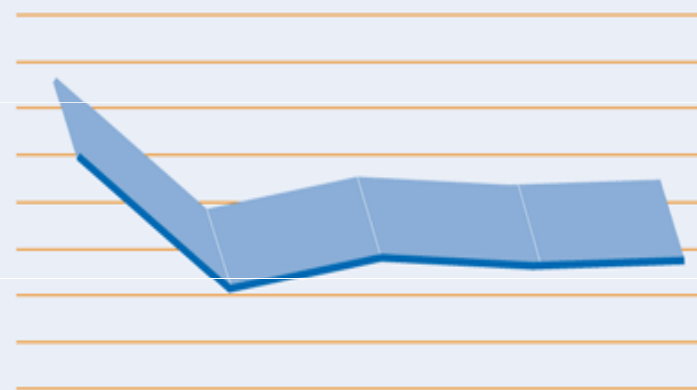
Year	2002	2003	2004	2005	2006
Rented Space in m ²	6,639,204	6,118,937	6,617,716	6,237,854	6,536,003

Rented Space in m²

Regionální veletrhy

Regional and Specialized Trade Fairs and Exhibitions

AUMA Category Regional/Special



Year	2002	2003	2004	2005	2006
Rented Space in m ²	1,645,844	1,458,527	1,503,969	1,492,671	1,513,930

Rented Space in m²

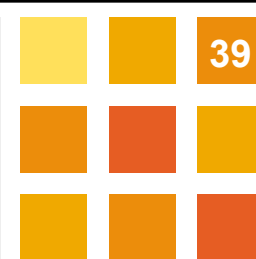
www.bvv.cz

Pozn. Výpadek v ploše v roce 2003 ovlivnila nepříznivá konjunktura německého hospodářství (HDP pouze 0,9%)

Zdroj: AUMA

Data & fakta 2002 - 2006

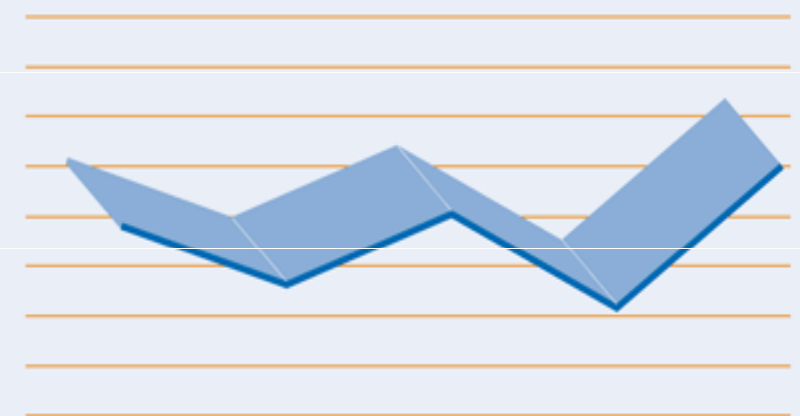
✓ počet vystavovatelů



Světové veletrhy

Trade Fairs in Germany

International and National Events



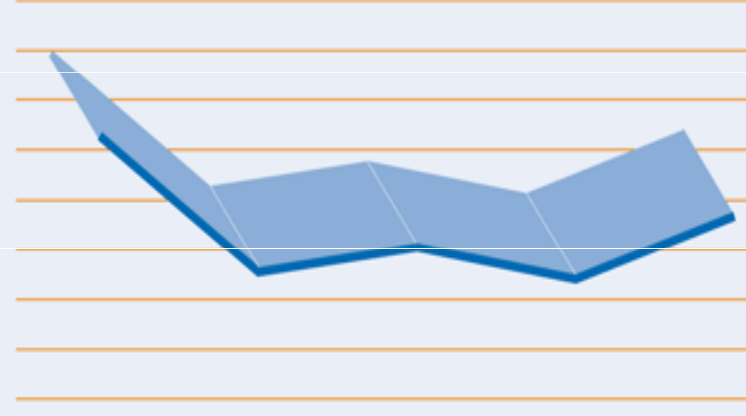
2002	2003	2004	2005	2006
165,859	160,238	166,991	158,060	171,507

Number of Exhibitors

Regionální veletrhy

Regional and Specialized Trade Fairs and Exhibitions

AUMA Category Regional/Special



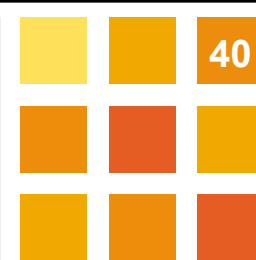
2002	2003	2004	2005	2006
56,381	50,601	51,657	50,303	52,550

Number of Exhibitors

www.bvv.cz

Zdroj: AUMA

Data & fakta 2002 - 2006

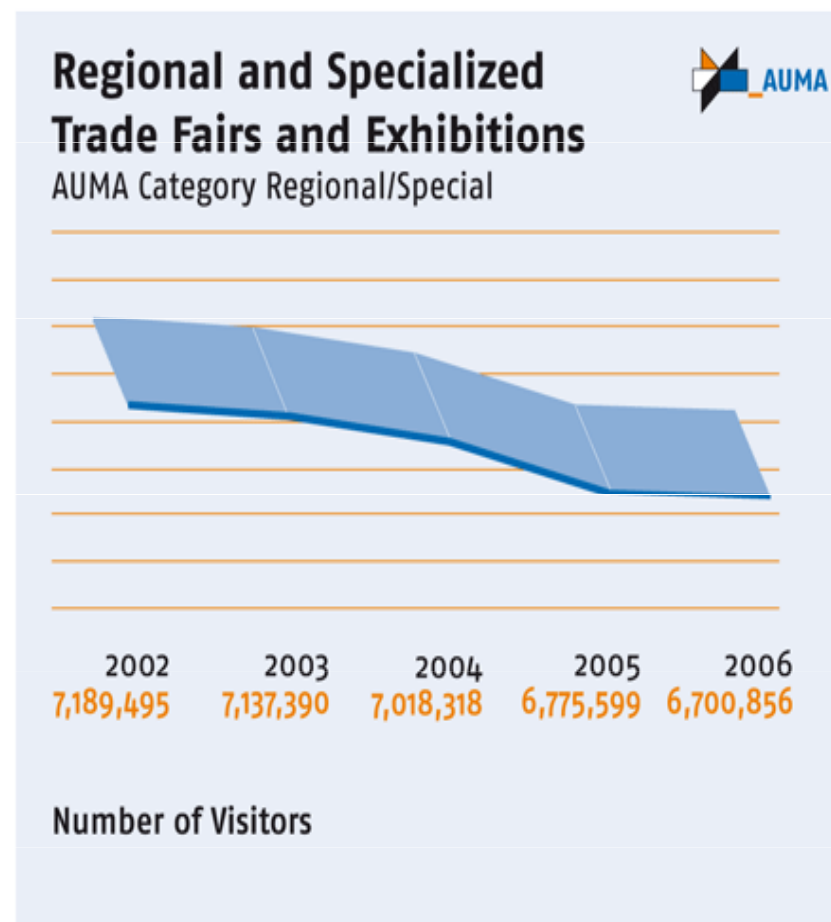


✓ počet návštěvníků

Světové veletrhy



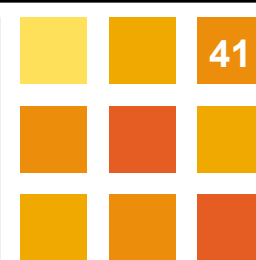
Regionální veletrhy



www.bvv.cz

Zdroj: AUMA

Vývoj ukazatelů



Světové veletrhy

2005 - 2006

Trade Fairs in Germany 2006

Development of the 159 international/national events in comparison to the respective previous events



Regionální veletrhy

2005 - 2006

Regional and Specialized Trade Fairs and Exhibitions 2006

AUMA Category Regional/Special

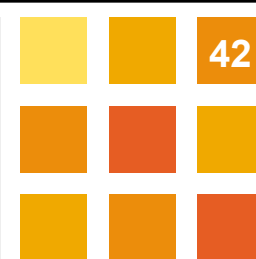


Development of the 164 events in comparison to the respective previous events



www.bvv.cz

Zdroj: AUMA

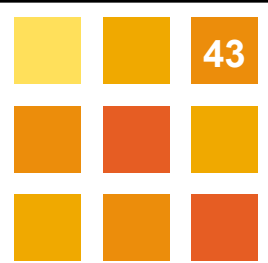


- **Předpokládané údaje nadregionálních veletrhů:**
 - Nárůst plochy o 1,0% (na 6,5 mil. m²)
 - Nárůst počtu vystavovatelů o 1,5% (celkem 171 000)
 - Vzrůst počtu návštěvníků o 2,5% (celkem 2,5 milionu)

- **Roste mezinárodnost projektů, ze zahraničí byla:**
 - Více než 1/2 vystavovatelů
 - Zhruba 1/3 odborných návštěvníků

- **Ve srovnání s rokem 2005 došlo v roce 2006 k nárůstu obrátů většiny veletržních společností.**
 - Obrát veletržních společností se za rok 2005 pohyboval mírně pod hranicí 2,4 mld. €
 - Důvodem menšího obrátu oproti 2004 (2,45 mld. €) je rozdílná skladba veletrhů. V roce 2005 chyběly některé velké projekty s dvouletou či víceletou periodicitou (např. DRUPA, Glasstec, Euroblech,..)

Budoucnost: růst významu veletrhu v komunikačním mixu



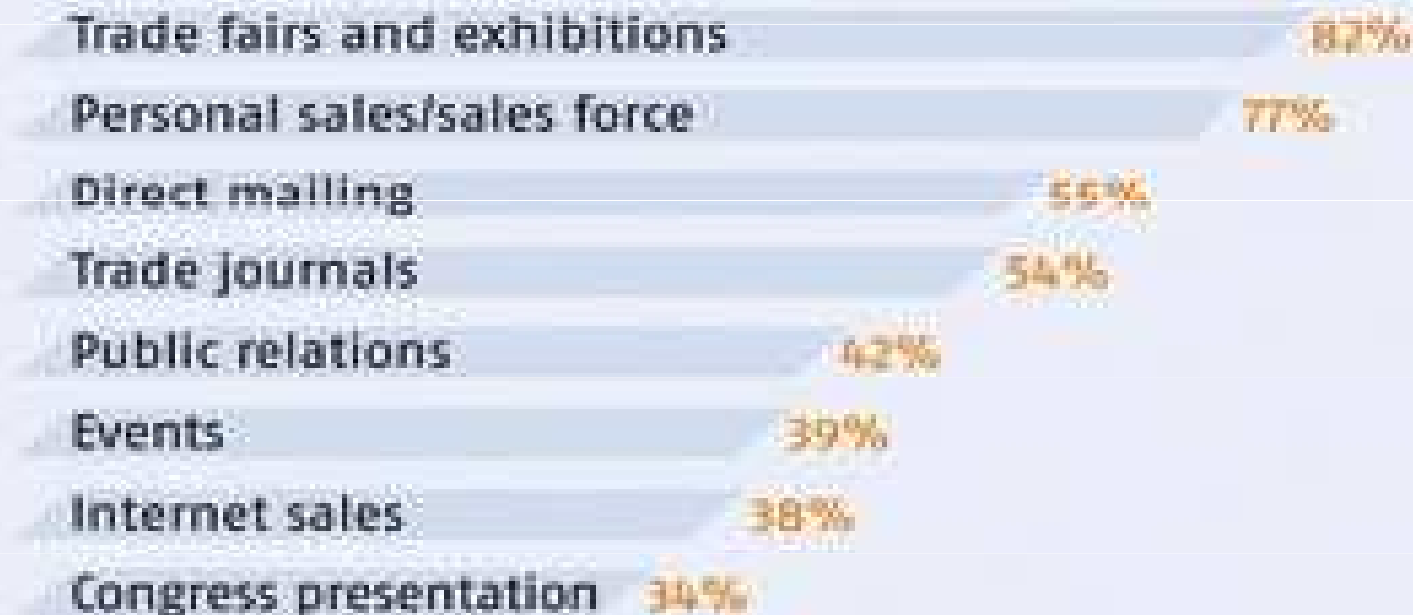
43

AUMA_MesseTrend 2008



Trade fairs in the communication mix

In b-to-b communication ...% of the German exhibiting companies regard as very important or important:



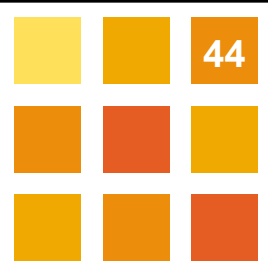
* representative survey conducted by TNS Emnid commissioned by AUMA, among 500 companies, which exhibit at trade visitor-oriented fairs; November 2007

www.bvv.cz

Zdroj: AUMA

TRENDY:

Preferované obory



OBORY, KTERÉ PREZENTUJÍ NOVINKY A ODPOVÍDAJÍ ROZVOJI TECHNIKY

- strojírenství včetně automatizace na robotizace s vymezenými okruhy nových technologií
- automobilový průmysl, doprava, logistika
- medicína
- stavebnictví, subdodavatelé příslušného odvětví, využívání syntetických surovin a materiálů, optické systémy
- IT (pouze velké renomované veletrhy, např. Cebit)
- zábavní elektronika
- potravinářství
- sport a wellnes, cestovní ruch
- umění
- celoživotní vzdělávání
- **DYNAMICKÁ odvětví se přiklání k monotematickým projektům, které jsou navíc spojeny s kongresy:**
 - Nanotechnologie, biopotraviny, přírodní léčiva a kosmetika, využití volného času, obnovitelné zdroje energie, ekologie a tvorba krajiny

www.bvv.cz

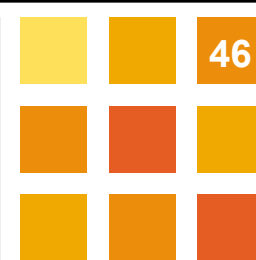
Obory, které se potýkají s potížemi

- Veletrhy zaměřené na spotřební zboží zaznamenávají určitý pokles návštěvnosti

Důvody:

- Na straně vystavovatelů konkurzy malých firem, které nepřekonalily potíže aktuální hospodářské situace v Německu
- Určitá „zdrženlivost zákazníků“, související s menší kupní silou koncového spotřebitele
- Silná konkurence hypermarketů, které přebírají v tomto segmentu prezentační funkci veletrhů

OBEČNÉ TRENDY VELETRŽNÍHO PRŮMYSLU:



■ Firmy využívají i jiné formy marketingové komunikace

- **Propojení veletrhů s kongresy** (zatraktivnění pro vystavovatele i odborníky, snazší oslovení relevantní cílové skupiny)
- **Pevné postavení events** v rozpočtech podniků
- Vzrůst počtu firemních **akcí mimo areál výstaviště** v době konání veletrhu

■ Redukce účasti firem na veletržních akcích

- V budoucnu existence kontinentálních špičkových veletrhů (Evropa, Asie, Amerika)
- Vystavovatelé si budou vybírat pouze jeden z možných veletrhů v oboru

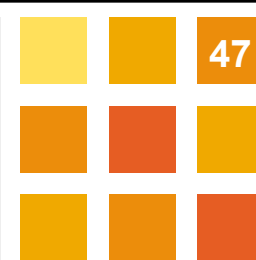
■ Snaha o zavedení standardů ISO pro veletržní průmysl

- Snaha UFI o zprůhlednění a sjednocení veletržních statistik

www.bvw.cz

TREND: Přidaná hodnota veletrhů

✓ novinky v nabídce veletržních správ



■ Programy podpory účasti

- podpora mladých inovativních podniků na mezinárodních veletrzích
- podpora startu mladých veletržních tvůrců
- podpora firem, které se veletrhu účastní poprvé

■ Nabídka „komplexních řešení marketingu a odbytu“

- těžiště se přesouvá na služby, jejichž nabídka se rozšiřuje
- **paleta služeb** sahá od zajištění ubytování až po komplexní realizaci účasti

■ Nové balíčky

- Messe Card, balíček pro VIP hosty apod.

■ Business-Matching mezi vystavovateli a návštěvníky

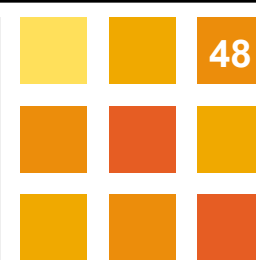
- nabízí efektivní plánování návštěv – v důsledku kratší doby pobytu na výstavištích

■ Online-Community ([www komunikace organizátora](http://www.komunikaceorganizatora.cz))

- vystavovatelé představují výrobky na webu celoročně
- Internet (kontakt vystavovatelů s nakupujícími, zlepšení služeb veletržních správ)

www.bvv.cz

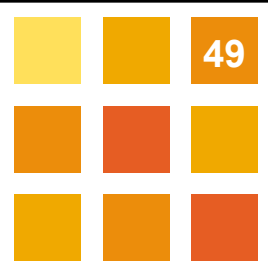
TREND: Strategie internacionalizace a kooperace veletržních správ



- **Kooperace veletržních správ na národní i mezinárodní úrovni**
 - Např. Deutsche Messe a Messe Stuttgart, Deutsche Messe a Fiera Milano, Messe Frankfurt a Řím
- **Internacionalizace = expanze německých veletrhů do zahraničí**
- **Cíl strategie**
 - Etablování německých pořadatelů v zahraničí (budování nových výstavišť, např. SNIEC v Šanghaji – jde o kooperaci Deutsche Messe Hannover, Messe Düsseldorf a Messe München)
 - Export úspěšných veletržních témat
 - Transfer know-how evropského standardu veletrhů
 - Efektivní podpora vystavovatelů a návštěvníků při mezinárodních aktivitách
 - Pomoc malým a středním firmám při vstupu na nové perspektivní trhy, nabídka vhodné komunikační platformy
 - Akvizice nových vystavovatelů a návštěvníků na veletrhy v Německu
- **Prioritní teritoria expanze**
 - Hospodářské regiony v Asii (Čína, Japonsko, Indie, Thajsko, Korea, Vietnam)
 - Země střední a východní Evropy (Rusko, Spojené arabské emiráty)

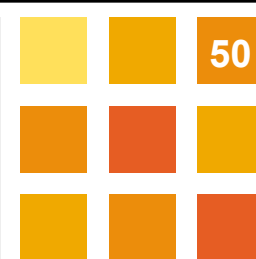
www.bvv.cz

Problémy německého veletržního průmyslu



- **„ Kanibalizace“** = odlákání stávajících projektů do nových výstavních prostor
 - Důvody: Zvyšující se konkurence mezi veletržními správami
 - Tento trend se patrný i v Itálii (Fiera Milano usiluje o přestěhování projektů konkurenčních veletržních správ na její nové výstaviště – btto plocha 530.000 m2, ntto 260.000 m2)
- **Kopírování témat** veletrhů pro stejné cílové skupiny, mnohdy v bezprostřední geografické blízkosti
 - Problémy: tříštění zájmu vystavovatelů, návštěvník nezíská soustředěné informace na jednom místě
 - Důsledky: rušení projektů pro nezájem vystavovatelů, např. Reallocation Lipsko, FabForm Norimberk, Veletrh dětské knihy v Kolíně, Veletrh venkovní reklamy ve Frankfurtu
- **Budování nových** výstavních ploch, přestože je v zemi příliš mnoho nevyužitých kapacit = expanze není vyvážena stoupající poptávkou. V roce 2006 se výstavní plochy rozšířily o 1% na 2,7 mil. m2. Celkem je 30% nadbytečné výstavní kapacity.
 - Důvody: vlastníci veletrhů (města, spolkové země) sázejí spíše na rentabilitu, než zisk
 - Důsledky: nadbytečná nabídka tlačí dolů ceny za plochu (dumpingové ceny)
 - Problémy: malá využitelnost výstavišť, ztráty platí daňový poplatník
 - Východisko: privatizace veletrhů, která by zamezila mrhání státních prostředků

www.bvv.cz



- Roční obrat okolo 220 mil. EURO, 790 zaměstnanců, 60 zahraničních zastoupení

Areál

- 496.000 m² kryté plochy, 58.000 m² volné plochy, 27 výstavních hal a pavilonů

Veletřhy

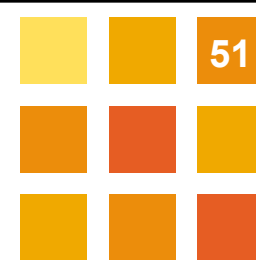
- Celkem 68 veletrhů, z toho 30 pořádaných v zahraničí
- Světové veletrhy: DOMOTEX, BIOTECHNIKA, contractword, didacta, CeBIT, HANNOVER MESSE, EMO Hannover, IAA, Nutzfahrzeuge, CeMAT, EuroBLECH, IKK Hannover, AGRITECHNIKA, EuroTier, LIGNA+, INTERSCHUTZ – Der Rote Hahn, INTERPOLICE

www.bvv.cz

Statistika 2005*			
Počet výstavních akcí	Čistá výstavní plocha	Počet vystavovatelů	Počet návštěvníků
13	1.285.464 m ²	25.232 -z toho 46% ze zahraničí	1.871.333 -z toho 22% ze zahraničí

*Zdroj: EURO FAIRS STATISTICS 2005 - Pouze auditované veletrhy

Profil Messe Frankfurt



- Roční obrat za rok 2006 překročil částku 400mil. EURO, z toho třetina připadá na zahraničí

Areál

- 324.000 m² kryté plochy, 83.000 m² volné plochy, 10 pavilonů

Veletřhy

- Více než 100 veletrhů, z toho bylo v roce 2006 49 akcí pořádaných v Německu a 68 akcí pořádaných v zahraničí

- Světové veletrhy: Ambiente, Automechanika, Heimtextil, Light+Building, Musikmesse, Paperworld, Tendence Lifestyle

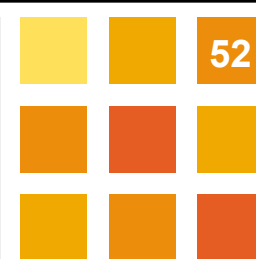
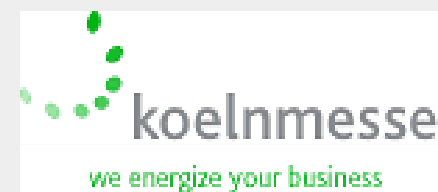
Statistika 2005*

Počet výstavních akcí	Čistá výstavní plocha	Počet vystavovatelů	Počet návštěvníků
13	885.929 m ²	21.757 -z toho 65% ze zahraničí	742.764 -z toho 33% ze zahraničí

*Zdroj: EURO FAIRS STATISTICS 2005 - Pouze auditované veletrhy

www.bvv.cz

Profil Kölnmesse



- Roční obrat za rok 2006 byl rekordní – 216 mil. EURO
- Do roku 2011 jsou očekávány ztráty ve výši cca 40 mil. EURO (vysoké platby nájemného za stavby nových pavilonů)
- Upevnění postavení v zahraničí (nové dceřiné společnosti v Japonsku a Thajsku), prohloubení spolupráce s China Foreign Trade Center, jednání o dceřiných společnostech ve Velké Británii, Španělsku a Indii

Areál

- V lednu 2005 uveden do provozu nový areál
- 284.000 m² kryté plochy, 75.000 m² volné plochy, 11 pavilonů

Veletrhy

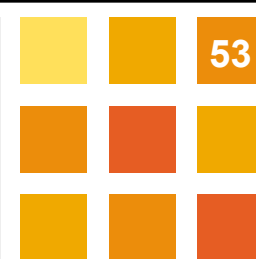
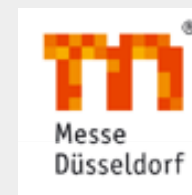
- Více než 50 veletrhů a 2.000 kongresů.
- Světové veletrhy: imm cologne, International Hardware Fair, ISM, ORGATEC, photokina, spoga, Dach und Wand

Statistika 2005*			
Počet výstavních akcí	Čistá výstavní plocha	Počet vystavovatelů	Počet návštěvníků
16	697.869 m ²	16.329 -z toho 71% ze zahraničí	694.081 -z toho 37% ze zahraničí

*Zdroj: EURO FAIRS STATISTICS 2005 - Pouze auditované veletrhy

www.bvv.cz

Profil Messe Düsseldorf



- Roční obrat za rok 2005 225 mil. EURO
- 65 zahraničních zastoupení ve 105 zemích, 13 dceřiných společností a účastí, 1.432 zaměstnanců v celém světě

Areál

- 252.000 m² celkové výstavní plochy
- Dokončuje se nový pavilon o rozloze 12 850 m² za 51,5 mil. EUR

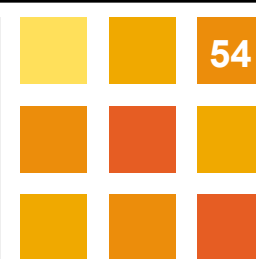
Veletrhy

- Více než 40 veletrhů v Düsseldorfu, z toho přes 20 světových veletrhů
- Cca 80 veletrhů ročně v zahraničí
- Světové veletrhy: GDS, GIFA, Thermprocess, MEDICA, boot Düsseldorf, drupa, K, CARAVAN SALON Düsseldorf, REHACARE, wire, interpack, iba, A+A, Tube, EuroShop, glasstec, ProWein, cpd woman-man, BEAUTY International, Metec

www.bvv.cz

Statistika 2005*			
Počet výstavních akcí	Čistá výstavní plocha	Počet vystavovatelů	Počet návštěvníků
16	897.412 m ²	21.505 -z toho 59% ze zahraničí	1.187.791 -z toho 30% ze zahraničí

*Zdroj: EURO FAIRS STATISTICS 2005 - Pouze auditované veletrhy



- Roční obrat za rok 2006 dosáhne 219 mil. EURO, z toho 16% připadá na zahraniční aktivity.
- dceřiné společnosti a zastoupení ve více než 80 zemích

Areál

- Nový výstavní areál – 180.000 m² kryté plochy a 253.000 m² volné plochy, 17 výstavních hal

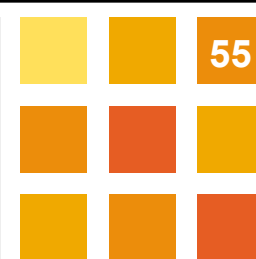
Veletrhy

- Okolo 40 veletrhů
- Světové veletrhy: BAUMA + MINING, ELECTRONICA, PRODUCTRONICA, AUTOMATICA, ISPO, ITMA, INTERMOT, IHM, HEIM + HANDWERK, BAU, TRANSPORT LOGISTIC

Statistika 2005*			
Počet výstavních akcí	Čistá výstavní plocha	Počet vystavovatelů	Počet návštěvníků
19	752.549 m ²	20.434 -z toho 38 % ze zahraničí	1.184.758 -z toho 18% ze zahraničí

*Zdroj: EURO FAIRS STATISTICS 2005 - Pouze auditované veletrhy

www.bvv.cz



- Roční obrat za rok 2006 činil 166 mil. EURO, čímž se ve srovnání s rokem 2005 zvýšil o 25%
- zahraniční zastoupení ve více než 100 zemích

Areál

- 160.000 m² kryté plochy

Veletrhy

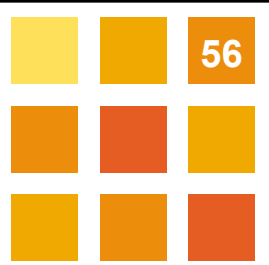
- okolo 25 vlastních veletrhů, dalších 55 hostujících projektů
- Světové veletrhy: International Green Week, ITB, bautec, IFA, ILA, InnoTrans, Fruit Logistica

www.bvv.cz

Statistika 2005*			
Počet výstavních akcí	Čistá výstavní plocha	Počet vystavovatelů	Počet návštěvníků
8	196.075 m ²	11.146 -z toho 65,9% ze zahraničí	678.236 -z toho 9% ze zahraničí

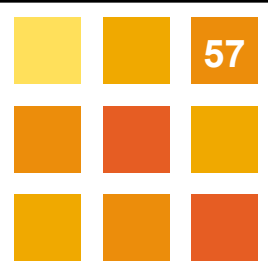
*Zdroj: EURO FAIRS STATISTICS 2005 - Pouze auditované veletrhy

Messe München



www.bvv.cz

Bauma 2007 Mnichov

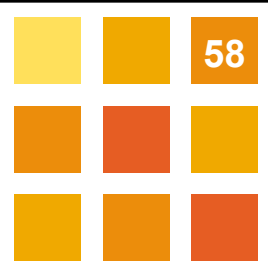


bauma 2007 - Messe München - Foto: AlexSchelbert.de

www.bvw.cz

Bauma 2007

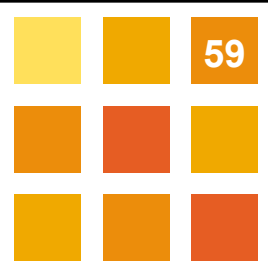
Mnichov



bauma 2007 - Messe München - Foto: AlexSchreibert.de

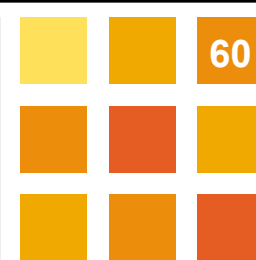
www.bvv.cz

For Arch 2007 PVA Letňany, Praha



www.bvv.cz

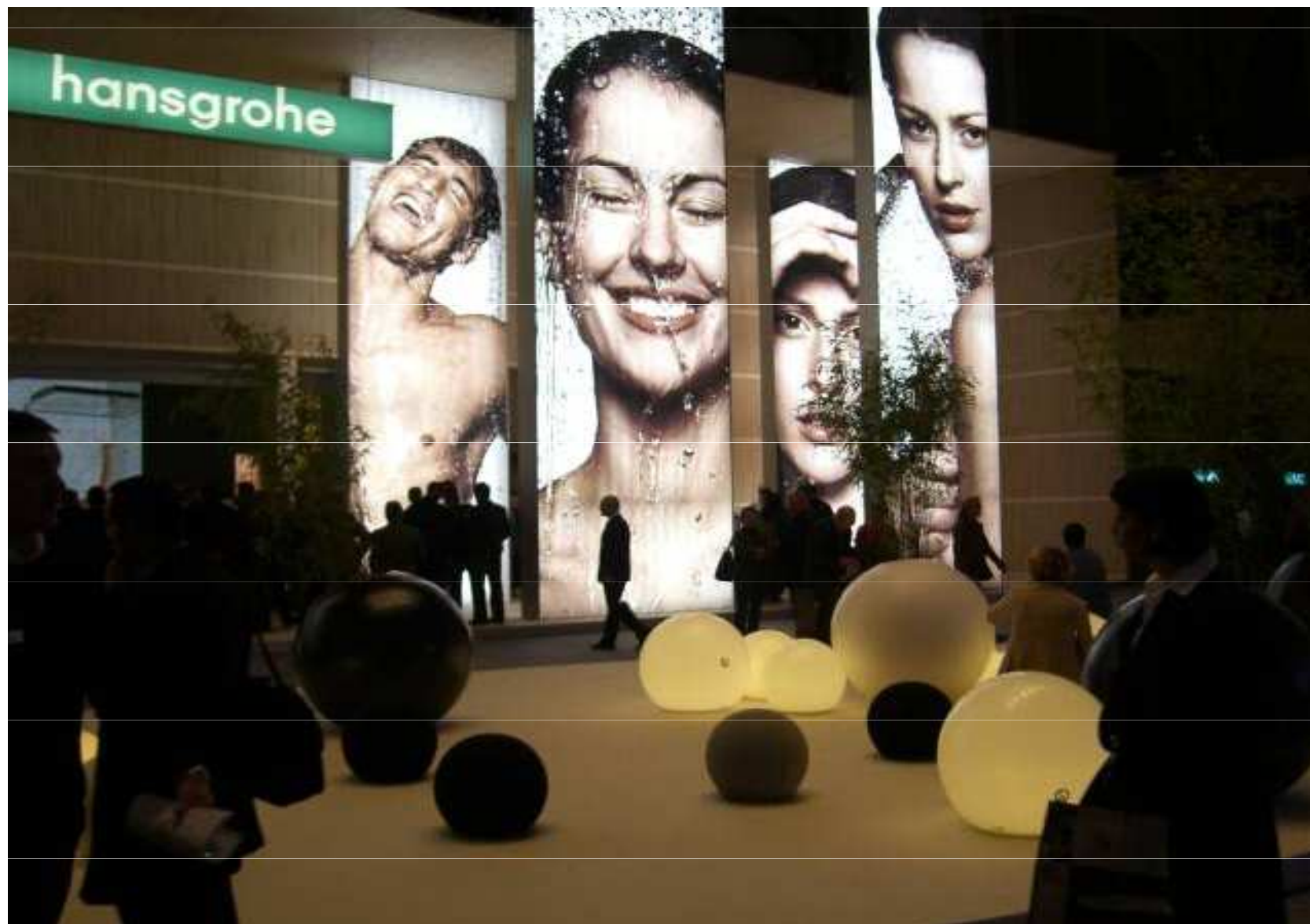
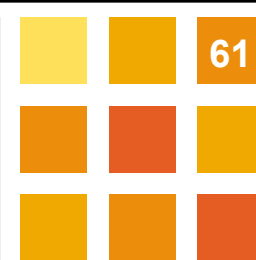
ExpoReal 2007 Mnichov



www.bvv.cz

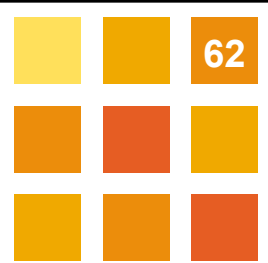
ISH 2007

Frankfurt n. Mohanem



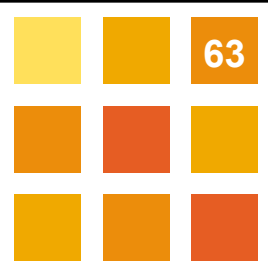
www.bvv.cz

For Arch 2006 PVA Letňany, Praha



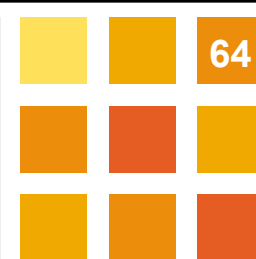
www.bvv.cz

For Arch 2007 PVA Letňany, Praha



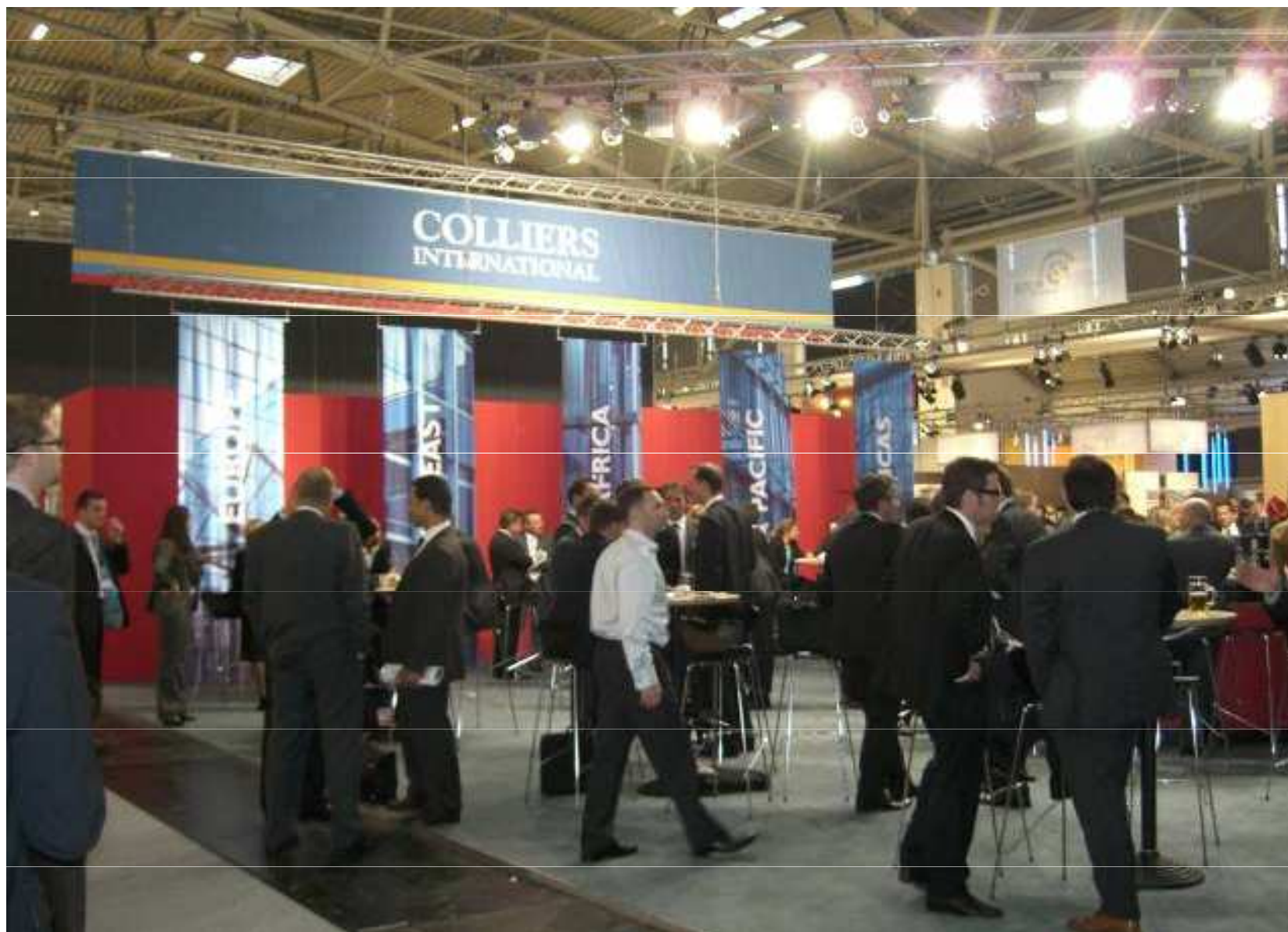
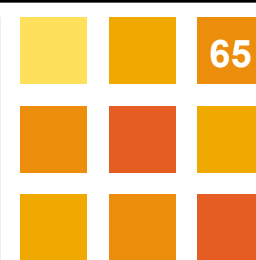
www.bvv.cz

ExpoReal 2007 Mnichov



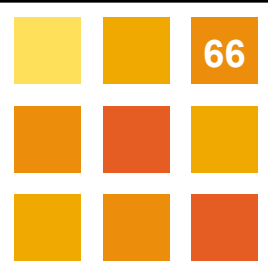
www.bvv.cz

ExpoReal 2007 Mnichov



www.bvv.cz

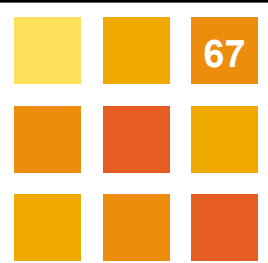
For Arch 2007 PVA Letňany, Praha



www.bvv.cz

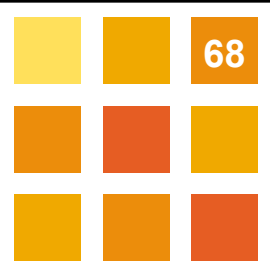
ISH 2007

Frankfurt n. Mohanem



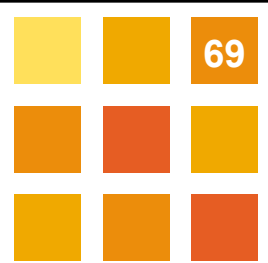
www.bvv.cz

For Arch 2007 PVA Letňany, Praha



www.bvv.cz

For Arch 2007 PVA Letňany, Praha

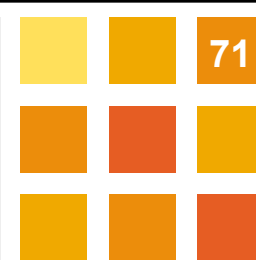


www.bvv.cz



Ostatní země světa

Rakousko, Maďarsko, Polsko



Rakousko

- Reed Exhibition Messe Wien – v roce 2001 převzal vídeňský veletrh, dceřinou společností má také v Salzburku
- v roce 2004 bylo otevřeno ve Vídni nové výstavní centrum
- Investice: v budoucnu zejména do Salzburku (přestavba veletržní infrastruktury), organizace nových odborných veletrhů

Maďarsko

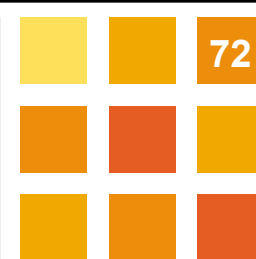
- ukončena privatizace výstaviště Hungexpo, majitelem je francouzská skupina GL Events
- společnost realizuje kolem 65% maďarských veletrhů a 85% veletrhů, které se konají v Budapešti
- Investice: do roku 2009 se odhadují na cca 20 mil. EURO. V čase výstavby však bude probíhat normální veletržní provoz

Polsko

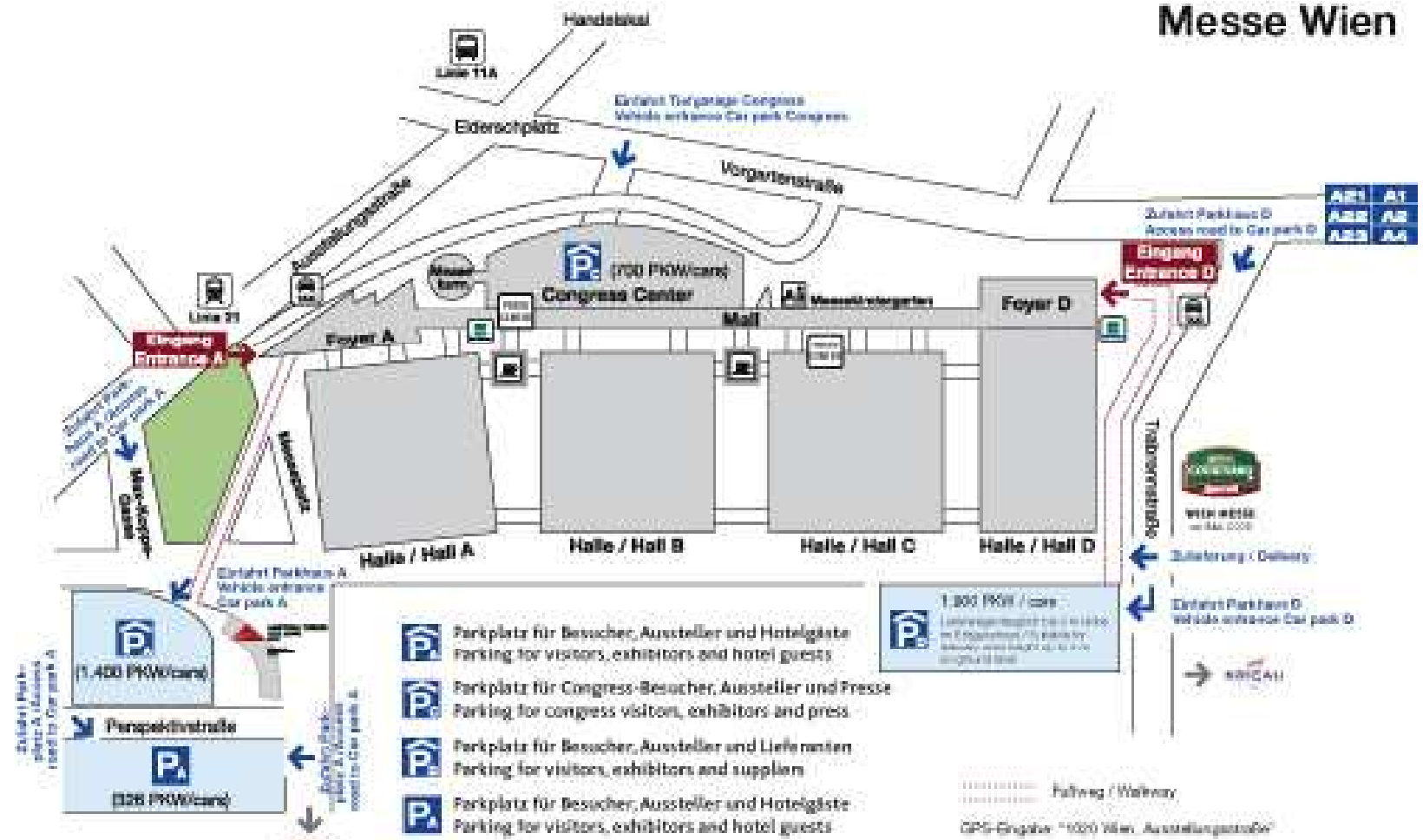
- veletržní hospodářství v posledních letech zaznamenává vzestup
- nejvýznamnějším výstavištěm je MTP Poznaň, prudce se rozvíjí také výstaviště v Kielcích
- v roce 2006 vznikla nová veletržní společnost Kolpolter Expo, která plánuje na podzim 2007 otevřít nové výstaviště Expo Silesia v Sosnovcích (přímé ohrožení výstaviště v Katovicích)

www.bvv.cz

Messe Wien Rakousko

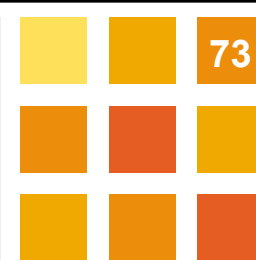


Messe Wien



www.bvv.cz

Hungexpo Budapest Maďarsko



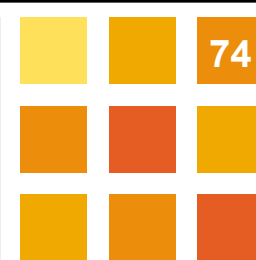
HUNGEXPO Budapest Fair Center HUNGEXPO Budapesti Vásárcentrum



www.bvv.cz



Targi Kielce Polsko



www.bvv.cz

- Hospodářství roste (odhad až 7% ročně), klesá inflace
- Poptávka na vnitřním trhu se citelně oživila
- Postupně dochází k transformaci nižší a střední vrstvy obyvatel

Rusko představuje atraktivní odbytové možnosti

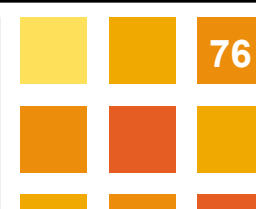
Zahraniční firmy proto využívají veletrhy k navazování prvních kontaktů a k průzkumu situace na místním trhu

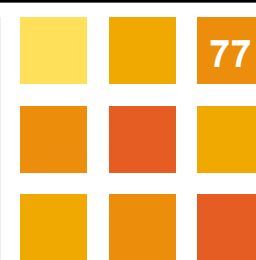
www.bvv.cz

Výstavnictví v Rusku:

- Ruský svaz veletrhů počítá s více než 2.000 projekty
- Aktivních je kolem 190 pořadatelů veletrhů (80 má sídlo v Moskvě)
- Moskva – centrum ruského veletržního dění, 4 výstaviště
- předpokládá se výstavba dalších výstavišť po celé zemi
- Působí zde asi 30 zahraničních společností
- nejvýznamnějšími zahraničními pořadateli veletrhů v Rusku jsou Messe Düsseldorf a Messe Frankfurt

Rusko – oblasti s potenciálem





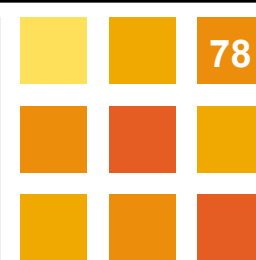
Hospodářství Číny roste rychlým tempem



Čínský trh se stává prioritou velkých německých veletržních společností

Výstavnictví v Číně:

- Nejvýznamnější je výstaviště New International Expo Centres v Šanghai (SNIEC)
 - je nejvytíženějším výstavištěm světa
 - výstaviště se má rozšířit do roku 2010 o dalších 200.000 m² výstavních ploch
 - na této investici (300 mil. EUR) se podílí joint-venture, které tvoří veletrhy Hannover, Mnichov a Düsseldorf a město Šanghai
- V posledních letech došlo k velkému rozvoji výstavišť, začíná se hovořit o nadbytečných kapacitách
- Veletrhy jsou zatím orientovány národně, mají však velký potenciál rozvoje



Ekonomika státu rostla v roce 2005 tempem 8,8% (měřeno HDP), což SAE řadí k nejvyspělejším zemím světa.

SAE jsou významný exportní trh pro EU

Výstavnictví v SAE:

- země s nejvyšším počtem veletrhů v Zálivu, ročně se zde pořádá více než 360 veletrhů
- významná výstaviště : Dubaj, Sarjah, Fujairah
- nejvýznamnější veletrhy: Big 5, Gitex, Arab Health, Index
- silně se zde prosazují němečtí pořadatelé, zejména Frankfurt, Essen a Hanover (v roce 2005 zde uspořádali 15 veletrhů)
- návštěvníci pochází zejména ze severní, východní a střední Afriky, střeadoasijských republik a dalších zemí arabského subkontinentu

- v TOP 10 světových pořadatelů pouze Chicago
- prosazují se veletrhy v Las Vegas
- **Specifika amerického veletržního průmyslu:**
 - rozdílné pojetí v pořádání veletrhu (prostor x pořadatel x zadavatel)
 - ročně se koná tisíce trade shows, veletrhů, výstav a konferencí spíše menšího rozsahu
 - rozdíl mezi veletrhem a výstavou

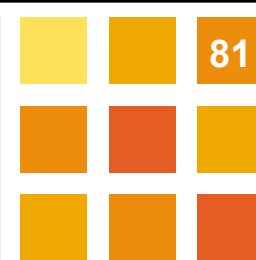




Zahraníční a národní veletržní svazy

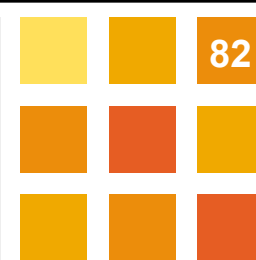
a) mezinárodní → **audit FKM, CENTREX**
→ **UFI**
→ **INTEREXPO, CEFA....**

b) národní → **AUMA**
→ **SOVA ČR**



- **FKM – Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen provádí audit statistických údajů pro své členy**
- **V současnosti je členem FKM 72 organizátorů veletrhů a výstav**
- **Cíle společnosti**
 - **Zajistit transparentnost veletržních statistik přihlášených veletrhů dle jednotných pravidel v členění plocha, vystavovatelé, návštěvníci a údaje o návštěvnické struktuře**
 - **Vydávat publikace FKM s auditovanými veletrhy**
 - **Předávat auditovaná data do databáze AUMA**

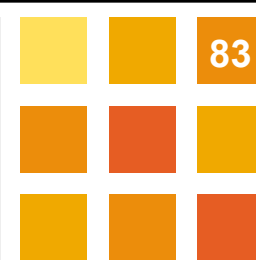
www.bvv.cz



- Svaz „CENTREX“ - International Exhibition Statistics Union byl založen v roce 1997
- Jde o profesní organizaci s dopadem na centrální a východní Evropu. Zakládajícími členy byly 4 veletržní správy: HUNGEXPO Budapešť, INCHEBA Bratislava, Veletrhy Brno a MTP Miedzynarodowe Targi Poznanskie Poznaň. V současné době má CENTREX 16 členů
- Hlavní cíle svazu
 - Zajištění transparentnosti statistických dat dle jednotných pravidel výstavní statistiky mezi členy svazu a její rozšíření mezi další organizátory veletrhů
 - Podpora veletrhů jako prostředku marketingové komunikace obecně
 - Spolupráce se zahraničními profesními sdruženími (člen UFI, kooperující partner AUMA)

www.bvv.cz

Profil UFI



- **UFI – The Global Association of the Exhibition Industry sdružuje 334 veletržních společností z celého světa, založeno v roce 1925**

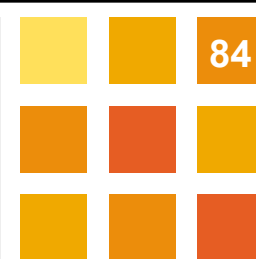
- **„Pečeť UFI“ je pro vystavovatele, kteří hodlají participovat na cizích trzích, zárukou kvality certifikovaných veletrhů**



- **Cíle svazu**

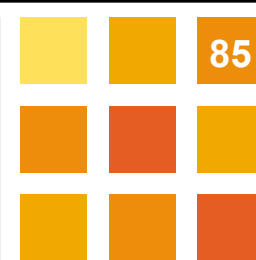
- dbá na dodržování standardů z hlediska mezinárodních aspektů
- zajišťuje transfer know-how veletrhů
- pečuje o odbornou výměnu informací, organizuje odborné vzdělávací semináře
- zajišťuje studie a výzkumy trhu

www.bvv.cz



- **Svaz německého veletržního průmyslu AUMA byl založen v roce 1907**
- **Sdružuje špičkové svazy německého hospodářství, odborné svazy různých odvětví hospodářství vystavující na veletrzích, veletržní organizátory a realizační firmy zahraničních účastí, svazy poskytovatelů služeb pro výstavnictví (výstavba stánků, design, logistika) a svazy zabývající se kongresovou činností**
- **Hlavní úkoly**
 - **Zastupuje zájmy veletržního průmyslu na národní a mezinárodní rovině vůči státním orgánům**
 - **Zajišťuje informovanost vystavovatelů a návštěvníků**
 - **Podporuje zahraniční marketing německých vystavovatelů**
 - **Angažuje se ve veletržním vzdělávání**
 - **Zlepšuje transparentnost trhu**
 - **Přebírá do své databáze veletrhů od FKM - Gesellschaft für freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungen zahlen auditované statistické údaje**
 - **Koordinuje německé zahraniční aktivity**

www.bvv.cz



- **Profesní společenstvo vzniklo v prosinci 2001 sloučením několika profesních sdružení (SOVA + ČVVS + sekce veletrhů a výstav HK ČR)**
- **Členy jsou organizátoři veletržních akcí a firmy zajišťující specifické služby pro veletrhy (výstavba stánků) – celkem 33 řádných členů a 4 čestní členové**
- **Hlavní cíle**
 - **integrace a formování veletržního průmyslu ČR ve vztahu k mezinárodnímu trhu**
 - **podpora profesionality všech subjektů českého výstavního trhu**
 - **implementace mezinárodních standardů**
 - **ochrana hospodářských zájmů a prestiže pořadatelů veletrhů a výstav v ČR**
 - **podpora kvality, transparentnosti, koordinace a kooperace v českém veletržním průmyslu**



Děkuji za pozornost