

Для статистики мероприятий, одобренных UFI и для международных мероприятий, одобренных UFI

1. Введение	1
2. Терминология.....	1
3. Основные принципы.....	3
4. Аудит.....	4
5. Аудиторы.....	6
6. Стандартные сертификаты аудита UFI.....	6
7. Разрешение спорных моментов.....	7

Введение

Предоставление данных, подтвержденных независимыми аудиторами, - один из краеугольных камней стандартов качества мероприятий, одобренных Всемирной Ассоциацией выставочной индустрии (UFI), что подробно описано во Внутренних правилах Всемирной Ассоциации выставочной индустрии (UFI) (Приложение 1). Настоящий документ создан для использования наряду с Внутренними правилами и Расчетными стандартами и определениями Ассоциации (Приложение 2), в которых представлено подробное описание того, как UFI определяет по количеству посетителей и экспонентов мероприятия, одобренные UFI, и международные мероприятия, одобренные UFI. Содержание этих документов намеренно не повторяется в этих Правилах, которые нацелены исключительно на процесс аудита.

Данный документ создан, чтобы предоставить рекомендации относительно того, как данные могут быть верифицированы, кто имеет право проводить аудит и рекомендации относительно частоты проводимых аудитов, сертификации и стандартов отчетности.

Страны, уже располагающие проверенными и признанными системами аудита, не обязаны значительным образом изменять свои системы. Цель данного стандарта – повысить качество выставочной индустрии, а не добавить бюрократии.

Национальные стандарты и в некоторых случаях законы могут требовать более строгих стандартов, чем описанные здесь. В некоторых странах могут быть предписаны дополнительные процедуры. Ожидается, что описанные здесь стандарты минимальны для соблюдения и никакие дополнительные усилия не повлияют негативно на рассмотрение получения аудиторского заключения с целью одобрения мероприятия Всемирной Ассоциацией выставочной индустрии (UFI).

Затраты на аудит берет на себя организатор выставки. Точная стоимость будет варьироваться от страны к стране, и она является объектом обсуждения между организатором и аудитором. Целью UFI не является требование от аудиторов проведения аудита в таком формате, что это становится экономически невыгодно для организаторов. С другой стороны, организаторы должны быть готовы покрыть разумно обоснованную стоимость аудита, если они хотят получить и удержать статус объекта, одобренного Всемирной Ассоциацией выставочной индустрии (UFI).

Организаторы выставки могут использовать статистические данные аудита для своих маркетинговых и исследовательских целей, тем самым продвигая свои мероприятия с помощью достоверных данных. UFI рекомендует публиковать статистические данные аудита.

1. Терминология

В настоящем документе используются следующие термины:

Аудит	Процесс независимой сертификации данных, предоставленных организатором выставки или третьей стороной регистрационной компанией в соответствии с данным стандартом, имеющий отношение к участию в выставке посетителей и экспонентов.
-------	--

Аудиторская ассоциация	Ассоциация, чаще всего национальная или интернациональная, которая отвечает за развитие и поддержание стандартов аудита выставочной индустрии и, в некоторых случаях, за отбор аудиторов и сбор и публикацию статистики по выставкам, проводимым внутри страны. Например, FKM в Германии, ISF в Италии, Centrex в Центральной Европе и EEIAC в США.
Стандартный сертификат аудита UFI	Стандартный документ, который UFI предоставляет для заполнения организатору и аудитору, соответствующий требованиям UFI к сертификату аудита. Это ключевой компонент, с помощью которого организаторы предоставляют отчет UFI.
Аудиторский отчет	Отчет, который аудитор предоставляет организатору выставки. Он может содержать более или менее детальную информацию, чем необходимо для стандартного сертификата аудита UFI, не является частью обязательно требуемых Ассоциацией данных, хотя его предоставление приветствуется.
Аудитор	Квалифицированная и независимая третья сторона, авторизованная для проведения аудита, как определено выше. Обычно, аудитора нанимает организатор выставки.
Процедура перепроверки	Процесс, также известный как Процесс подтверждения, посредством которого аудиторы проверяют с помощью телефонных звонков и/или переписки с экспонентами и/или посетителями, что они действительно участвовали в мероприятии и что их участие не противоречит отчету организаторов.
Сертификат статистического контроля	См. Стандартный сертификат аудита UFI
Мероприятие, одобренное UFI	Выставка, организованная членом UFI, которая соответствует определенным критериям, установленным во Внутренних Правилах UFI (Приложение 1), и которые включают в себя предоставление Стандартного сертификата UFI для проведения аудита.
Международное мероприятие, одобренное UFI	Определение, совпадающее с определением для Мероприятия, одобренного UFI, только с дополнительным требованием для получения международного статуса (либо 5% иностранных посетителей, либо 10% иностранных экспонентов (подробная информация в Приложении 1)).

С другими терминами, используемыми в выставочной индустрии, можно ознакомиться в Расчетных стандартах и терминах UFI (Приложение 2). Для простоты терминологии в дальнейшем Мероприятие, одобренное UFI, и Международное мероприятие, одобренное UFI, будут именоваться одинаково - «Мероприятие, одобренное UFI».

Более подробную информацию по выставочной терминологии можно получить в Стандартах Международной Выставочной Индустрии ISO 25639-1 и ISO 25639-2.

(http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/catalogue_tc/catalogue_detail.htm?csnumber=43910)

Основные принципы

Базовые принципы, по которым мероприятие проходит аудит, следующие:

- 2.1 Для того чтобы выставка **получила** статус Мероприятия, одобренного UFI, организатор должен предоставить Членскому комитету UFI Стандартный сертификат аудита UFI от одобренного аудитора, который работает в соответствии с Внутренними правилами UFI и с правилами, описанными в данном документе. Мероприятие должно быть проведено два раза. Должна быть предоставлена аудиторская статистика последнего проведенного мероприятия. Если аудит для получения одобрения от UFI проводился впервые, последующее мероприятие также должно пройти аудит.
- 2.2 Для того чтобы выставка **сохранила** статус Мероприятия, одобренного UFI, организатор должен предоставить в Главный офис UFI обновленный сертификат аудита на каждое второе проведенное мероприятие. Единственное исключение для тех мероприятий, которые проводятся раз в три года или реже. В таком случае нужно проводить аудит **каждого** мероприятия.
Примеры: мероприятие проводится раз в два года — аудит нужно проводить каждые четыре года. Мероприятие проводится раз в три года — нужно проводить аудит каждого мероприятия.
- 2.3 Успешное проведение аудита не означает принятие в состав членов UFI или предоставление статуса Мероприятия, одобренного UFI. Согласно Внутренним правилам UFI, все заявления на членство и запросы на получение статуса Мероприятия, одобренного UFI, должны быть представлены на рассмотрение Членскому комитету UFI и затем Исполнительному комитету UFI для принятия финального решения.
- 2.4 Если сертификаты аудита не были представлены UFI согласно этим минимальным требованиям и в течение шести месяцев после завершения соответствующего мероприятия, тогда выставка теряет статус Мероприятия, одобренного UFI. Статус может быть возвращен только после предоставления сертификатов аудита, заполненных в соответствии с данным стандартом. Возобновление статуса Мероприятия, одобренного UFI, остается на усмотрении Членского комитета UFI. Если Мероприятие является единственной выставкой организатора со статусом Мероприятия, одобренного UFI, тогда организатор может потерять свой статус члена Ассоциации (Статья 6.1 раздела Статусы во *Внутренних правилах UFI*).
- 2.5 Данные Правила аудита UFI действуют для всех запросов на получение статуса Мероприятия, одобренного UFI, и также действуют для всех мероприятий, одобренных Ассоциацией.
- 2.6 Если организаторы сталкиваются со сложностями в исполнении правил, им необходимо проинформировать об этом Главный офис UFI до начала проведения следующего мероприятия. Главный офис примет во внимание все сложности, с которыми сталкиваются организаторы, и, по мере возможности, поможет разрешить все проблемы.

3. Аудит

3.1 Процесс аудита

Аудит должен включать в себя, насколько это возможно и обоснованно, следующие четыре элемента:

1. Оценку систем
2. Инспекцию выставки
3. Анализ данных и перепроверку
4. Выдачу Сертификата аудита

3.1.1 Оценка систем

3.1.1.1 Для аудита, проводимого впервые

Перед началом проведения выставки аудитор должен применить методологию проверки, изучив системы, которые организатор использует для осуществления регистрации или продажи билетов, для контроля входа на саму выставку и для управления базой данных зарегистрировавшихся и базой данных продаж билетов **для мероприятий проводимых в офлайн, онлайн или гибридном формате (у которых есть компоненты как офлайн, так и онлайн мероприятий).**

Для этого организатор может предоставить аудитору описание используемой системы (или систем) и предоставить доступ к менеджерам, ответственным за работу этих систем.

Данный стандарт не требует применения какой-либо определенной системы. Он требует, чтобы аудитор удостоверился, что используемая система, автоматизированная или ручная, достаточно точна и может собирать достоверные данные, которые соответствуют требованиям, установленным в *Расчетных стандартах и терминах UFI*.

Как минимум одно посещение **офлайн (физической)** выставки аудитором обязательно для того, чтобы удостовериться, что регистрация **на месте** проводится в соответствии с планом организатора и что контроль входа является достаточным для обеспечения правильных подсчетов.

3.1.1.2 Последующий аудит

Когда аудитор повторно проводит аудит мероприятия, от организатора выставки требуется, чтобы он либо:

- a. подтвердил аудитору, что системы управления продажей регистрационных билетов и методология верификации (контроль доступа) посетителей не изменились со времени предыдущего аудита;
- b. предоставил аудитору информацию о том, что изменилось, и, соответственно, предоставил доступ к менеджерам организатора для рассмотрения изменений, если это необходимо.

Если происходят существенные изменения, связанные с методологией верификации (контролем доступа), регистрационной компанией или правами собственности организаторов, в этом случае новый визит аудитора может быть предложен им самим или запрошен со стороны UFI.

Аудитор должен иметь право в любое время без предупреждения посетить выставку для верификации этой информации и проведения инспекции. **По этой причине аудит не может быть проведен во всей полноте после завершения мероприятия.**

3.1.2 Инспекция выставки

В дополнение к оценке систем, описанной выше, аудитор также должен проверить присутствие на выставке заявленных в списках участников и сопоставить их с каталогом выставки и планом размещения, чтобы убедиться, что экспоненты присутствуют и занимают пространство, которое они арендовали. В обычных условиях визуальной проверки аудитора достаточно, и UFI не требует у аудитора замерять площадь стендов выставки. Это делается только в случае, если есть достаточные основания полагать, что они не соответствуют заявленным размерам.

Для анализа онлайн-программы мероприятия аудитор должен посетить его виртуально и проверить, что заявленные в списках участников компании, присутствие которых на выставке ранее оглашалось организатором, действительно присутствуют на мероприятии в онлайн-формате.

Ожидается, что аудиторы будут выполнять свои обязанности во время выставки таким образом, что это не нарушит работу сотрудников организатора выставки и никоим образом не испортит впечатление от мероприятия ни у экспонентов, ни у посетителей. Организатор также несет ответственность за сохранение всех данных до успешного окончания аудита и, по возможности, за сохранение вещественных доказательств, таких как билеты и/или регистрационные документы, которые позволят аудитору подтвердить посещение выставки после её окончания, если на это будет направлен запрос. Аудиторы должны иметь возможность посетить выставку столько раз, сколько это необходимо.

3.1.3 Анализ данных и перепроверка (Процедура подтверждения)

После проведения мероприятия аудиторы призваны провести обзор регистрационных баз данных и/или показателей продажи билетов (в зависимости от типа рассматриваемого мероприятия), чтобы убедиться, что они соответствуют действительному количеству пришедших посетителей и заявлениям организатора по посещаемости. **Чтобы обосновать количество и процентное соотношение иностранных посетителей, каждый иностранный посетитель должен быть зарегистрирован.** По возможности стоит применять процедуру перепроверки по телефону или в письменной форме, чтобы убедиться, что присутствие иностранцев легитимно.

3.1.4 Выдача Сертификатов и отчетов

После того как аудитор завершил прохождение трех этапов, описанных выше, аудиторская компания может выдать один или оба следующих документа:

1. Если данные будут предоставляться в UFI с целью одобрения мероприятия, должен быть выдан Стандартный сертификат аудита UFI, соответствующий требованиям Ассоциации, с печатью и подписью организатора и аудиторской компании. Основная статистика, содержащаяся в сертификате аудита, считается публичной информацией. Основной статистикой считается: общее число иностранных/национальных посещений/посетителей (или информация о статистике посещений), общее число иностранных/национальных экспонентов и соответствующее им количество квадратных метров на территории выставки.
2. Также аудитор может по запросу организатора выставки или другой национальной организации по аудиту предоставить более детальный аудиторский отчет. Обычно он используется организаторами для продвижения своих мероприятий или национальными организациями по сбору данных о выставках для составления статистики на национальном уровне. Он может быть передан UFI для ознакомления, но не является обязательным для получения одобрения мероприятия.

3.2 Частота аудита

Минимум каждое второе мероприятие должно проходить аудит, за исключением тех мероприятий, которые проходят раз в три года или реже. В последнем случае нужно проводить аудит каждого мероприятия. Единственное исключение — мероприятия, которые прошли аудит для получения статуса Мероприятия, одобренного UFI впервые. В этом случае второе проведение мероприятия также должно сопровождаться аудитом.

Предпочтением и рекомендацией UFI является прохождение аудита каждый раз, когда проводится мероприятие.

4. Аудиторы

4.1 Организации, уполномоченные проводить аудит

К их числу относятся организации, проводящие аудит, среди которых также сертифицированные бухгалтерские компании или имеющие надлежащую квалификацию ассоциации, которые должны заранее получить разрешение от UFI на проведение аудита с целью сертификации данных для Мероприятий, одобренных UFI.

Следующие организации уполномочены проводить аудит выставок с целью предоставления данных в UFI:

1. Все международно признанные независимые компании, уполномоченные проводить финансовый аудит.
2. Независимые компании, специализирующиеся на проведении аудита для медиаиндустрии, включая выставки.
3. Ассоциации или организации, созданные специально для проведения аудита выставочных данных и для сбора и распространения национальной/международной выставочной статистики. Однако, как правило, сама по себе национальная ассоциация выставочной индустрии, которая не имеет никаких специальных функций аудита, не будет считаться подходящей организацией для выдачи сертификатов аудита.

4.2. Утверждение аудиторов

Если целью аудита является предоставить в UFI Сертификат аудита для одобрения мероприятия, аудитор должен заранее быть утвержден UFI для проведения работы.

Сотрудник, ответственный за проведение аудита выставок, должен иметь релевантный опыт или сотрудничать с UFI и быть хорошо информированным о всех требованиях.

После утверждения аудитор может продолжить проводить аудит данных выставочной индустрии и выдавать сертификаты аудита в формате, требуемом UFI, в течение срока, который остается на рассмотрении Ассоциации.

Чтобы получить одобрение от UFI, аудитор должен предоставить:

1. Подтверждение наличия полномочий выдавать аудиторские сертификаты.
2. Подтверждение наличия у организации опыта в проведении аудита выставочной индустрии (или в проведении похожей работы).
3. Заявление о том, что аудитор осведомлен о Правилах аудита статистических данных для мероприятий, одобренных UFI (данный документ) и о Расчетных стандартах и терминах UFI, и что аудит будет проводиться в соответствии с этими стандартами.
4. Имена специалистов, уполномоченных проводить работу и их адреса электронной почты. Они будут проинформированы Ассоциацией о любых новых изменениях в правилах аудита UFI.
5. По возможности, эти специалисты будут принимать участие в обучении и информационных семинарах для аудиторов, которые время от времени организует Ассоциация.

5. Стандартные сертификаты аудита UFI

Стандартный сертификат аудита UFI предоставляется Ассоциацией и должен быть заполнен на английском языке организатором и аудитором. В стандартном сертификате содержится следующее:

Общая информация

- Название выставки
- Название организатора выставки (компания или другая организация)
- **Формат выставки (офлайн, онлайн или гибридный)**
- Место проведения выставки

- Даты проведения выставки
- Количество ранее организованных выставок
- Даты предыдущих выставок и информация о том, был ли проведен для них аудит
- Название и адрес организации, проводившей аудит
- Имя и подпись старшего менеджера (партнера), ответственного за контроль проведения аудита, и официальная печать организации, проводившей аудит.

Статистические данные

Чтобы быть использованным в качестве сертификата аудита для подтверждения статуса Мероприятия, одобренного UFI, сертификат должен включать следующую информацию:

- Общее число посетителей и/или посещений согласно *Расчетным стандартам и терминам UFI*
- Данные о происхождении посетителей и/или посещений (иностранное или национальное)
- Общее число экспонентов согласно *Расчетным стандартам и терминам UFI*
- Данные о происхождении экспонентов (иностранное или национальное)
- Общая площадь нетто выставки (с различными данными для площади в помещении и на улице)

Сертификат аудита должен ссылаться на **использование и дату** Правил аудита UFI, которые были приняты ко вниманию, для того чтобы Ассоциация убедилась, что аудит ссылается на последнюю обновленную версию правил. Также должна быть названа система регистрации посетителей, используемая на выставке, и уточнено, автоматизированная она или ручная.

6. Разрешение спорных моментов

6.1 Нарушения

Если у Ассоциации возникает беспокойство, что в предоставленной статистике могут быть нарушения, или что правильная процедура аудита не была соблюдена, предпринимаются следующие шаги:

1. Организатора выставки просят ответить на определенные вопросы Ассоциации относительно предоставленных данных и процесса аудита.
2. Ответ на данные вопросы должен быть предоставлен UFI в течение одного месяца.
3. После получения ответа или в случае, если ответ не был получен, Членский комитет UFI оставляет за собой право запросить повторный аудит, который будет проведен другой организацией. Затраты на повторный аудит будут возложены на члена Ассоциации. Членский комитет UFI может вынести предложение об отмене полученного одобрения и о возможном последующем завершении членства.

6.2 Жалобы

Если член Ассоциации имеет основание полагать, что статистика аудита, предоставленная другим членом для одобрения мероприятия UFI, неверна, он может довести эту жалобу до сведения Членского комитета UFI.

Жалобы такого рода рассматриваются конфиденциально в соответствии с процедурами, описанными в пункте 7.1.

Если Ассоциация удостоверится, что жалоба не обоснована и что статистика аудита верна, тогда податель жалобы будет проинформирован об этом и никаких дальнейших мер предприниматься не будет.

Если статистика будет изменена или если будет организован повторный аудит, податель жалобы будет проинформирован по итогам данных процедур, но он не обязательно будет иметь право на получение информации о подробностях расследования.

UFI тщательно расследует каждую жалобу и предпринимает соответствующие меры. Признается тот факт, что некоторые жалобы могут требовать особенного подхода, который будет определен UFI, если это будет сочтено необходимым.

- Приложение 1 -

7. Внутренние правила UFI

СТАТЬЯ 3. - ОДОБРЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЯ UFI

Статья 3.1. - Условия, которые должны быть выполнены для получения статуса Мероприятия, одобренного UFI.

Только члены-организаторы или подавшие заявку на членство в категории организаторов могут запросить одобрение мероприятия UFI.

Эти мероприятия должны соответствовать критериям, указанным ниже:

- Должна быть предоставлена статистика аудита относительно общей площади нетто выставки **офлайн или гибридных мероприятий** и относительно числа национальных и иностранных экспонентов и посещений/посетителей, в зависимости от конкретного случая и в соответствии с решением Членского комитета UFI и согласно «Правилам аудита статистических данных для мероприятий, одобренных UFI». Этот документ включает определения и методы подсчета экспонентов, посетителей и посещений.

Эти статистические данные должны быть объективно подтверждены специализированной аудиторской организацией, независимой аудиторской компанией или сертифицированным бухгалтером, которые получили предварительное согласие UFI на проведение аудита. Минимум каждое второе мероприятие должно проходить аудит, за исключением тех мероприятий, которые проходят раз в три года или реже. В последнем случае нужно проводить аудит каждого мероприятия. Единственное исключение — мероприятия, которые впервые прошли аудит для получения статуса Мероприятия, одобренного UFI. В этом случае второе мероприятия также должно пройти аудит.

- Для того чтобы аудит был признан действительным, организатор должен использовать систему регистрации с контролем посещения.
- На момент подачи заявления выставка должна быть проведена по крайней мере два раза.
- Мероприятие должно проводиться в подходящем не временном сооружении, с должной инфраструктурой для посетителей, включающей ясные указатели, туалеты, пункты питания, транспорт, доступ для людей с ограниченными физическими возможностями, нужно предоставить пользователям все необходимые услуги, которые могут потребоваться, главным образом, услуги встречи гостей (ресепшен), оказание помощи и предоставление информации экспонентам и иностранным посетителям.
- Место проведения выставки должно быть функциональным и благоустроенным, с эффективным соблюдением санитарных и иных мер предосторожности.
- Бланки заявлений, рекламный материал и каталог выставки должны быть напечатаны не только на языке принимающей страны, но также и как минимум на одном иностранном языке, предпочтительно английском. Эти материалы могут предоставляться в электронном виде.
- Организатор должен иметь четкий список правил и ограничений проведения выставки и краткий перечень товаров, которые могут быть выставлены.
- У мероприятия должно быть регулярное запланированное время, *в которое может происходить одновременное взаимодействия между посетителем и экспонентом. Организатор выставки определяет официальные даты и время, когда выставка открыта.* Продолжительность проведения выставки не должна превышать трех недель. *В эти даты и*

для того, чтобы предоставить доступ на выставку для посетителей из всех временных зон, онлайн мероприятие будет считаться открытым 24 часа в день, только если организатор не установит иначе.

- *Если происходит не синхронный онлайн-доступ к контенту - вне дат и времени, когда может произойти синхронное взаимодействие с экспонентами - мероприятие считается закрытым. Соответственно, такой доступ не подходит под определение «посещения» мероприятия, и не может быть включен в подсчет посетителей.*

Для того чтобы выставка получила статус **Международного мероприятия, одобренного UFI**, требуется соблюдение следующих дополнительных требований:

Они (мероприятия) должны быть «международными» согласно следующим требованиям:

- Либо число прямых иностранных экспонентов и многонациональных экспонентов должно составлять по крайней мере 10% от числа всех экспонентов (обе категории должны быть четко указаны в сертификате аудита).
- Либо число иностранных посетителей или посетителей должно составлять по крайней мере 5% от посетителей или посетителей соответственно. Для ярмарок этот процент считается от количества посетителей-специалистов или посетителей посетителей-специалистов, если они идентифицированы.

На момент подачи заявления выставка должна быть проведена в международном формате по крайней мере два раза.

Мероприятие, которое ранее было признано «международным» согласно описанным выше критериям, но перестает быть таковым после двух последовательных аудиторских отчетов, будет считаться Мероприятием, одобренным UFI, и потеряет статус Международного мероприятия, одобренного UFI.

- Приложение 2 -

8. Расчетные стандарты и термины UFI

А. Расчетный стандарт площади офлайн-выставки

Данные, которые Организатор должен засвидетельствовать и предоставить, это «площадь нетто выставки», определяемая следующим образом: общее напольное пространство — внутри и снаружи помещения, занимаемое экспонентами. Она также называется «арендованная площадь нетто» и может включать в себя площадь, предоставляемую на платной и бесплатной основе. Она также включает в себя площадь, выделенную для специальных экспозиций, которые имеют прямое отношение к теме выставки.

Оператор Выставочного центра должен предоставить данные о «площади брутто». Это площадь, предоставленная оператором площадки для использования организаторами, или, другими словами, общее пространство, используемое выставкой, включая зоны прохода. Пункты питания, офисы, склады и т.д. из него исключены.

При сообщении данных о площади выставки нужно всегда разделять «Площадь нетто» и «Площадь брутто».

Размер электронного пространства, занимаемого каждым экспонентом онлайн, замерять не обязательно. Но необходимо отметить количество выставляемых компаний и указать, национальные они или иностранные.

В. Расчетные стандарты для числа экспонентов

В.1. Экспоненты («прямые» экспоненты)

Подсчету подлежат только экспоненты («прямые» экспоненты). Таковыми считаются как основные экспоненты, так и соэкспоненты.

Основные экспоненты — это те организации/компании, которые напрямую заключают контакт с организатором.

Соэкспоненты — это те организации/компании, которые присутствуют на стенде основного экспонента и имеют свой штат сотрудников и свои продукты и/или услуги. Они должны быть четко определены несколькими способами, например, упомянуты в бланке заявления основного экспонента, или заявлены официальным координирующим органом, или быть заявлены в каталогах выставки.

В случае коллективного участия площадь должна быть арендована и оплачена экспонентом, который организует коллективное участие. Площадь разделяется между несколькими участниками, которые считаются соэкспонентами, если каждый занимает свою собственную площадь, представлен под своим именем и собственные сотрудники представляют продукты/услуги компании.

Если какое-либо из этих условий не соблюдается, они считаются «представленными компаниями» («непрямые» экспоненты), и не могут быть зачтены в качестве экспонента.

В любом дискурсе относительно стандарта UFI или относительно получения одобрения мероприятия от UFI могут быть использованы только данные, относящиеся к прямым экспонентам.

В.2. Представленные компании («непрямые» экспоненты)

Представленные компании — это те организации/компании, которые не имеют своих сотрудников, и чьи продукты или услуги представлены на стенде основного экспонента или соэкспонента.

Данные представленные компании исключаются из подсчетов общего числа экспонентов.

В.3 Во избежание путаницы должно быть четко указано, какая категория экспонентов была подсчитана.

С. Национальная принадлежность экспонента

Национальная принадлежность экспонента определяется по адресу участвующей в выставке компании/организации, указанному в контракте с организатором.

В случае, если адрес не отражает истинную национальную принадлежность экспонента, организатор может принять в качестве таковой национальность, названную экспонентом в собственном заявлении. Заявления, написанного одним организатором, недостаточно.

В случае возникновения сомнений относительно национальности экспонента главный офис участвующей в выставке компании/организации должен предоставить заявление о том, что компания действует от его имени.

При определении статуса экспонента — национального или иностранного — только для онлайн мероприятия, когда подсчет выставленных компаний показывает наличие участников из более чем одной страны, может оказаться, что речь идет об «иностранном» экспоненте. Страна, из которой приходит наибольшее количество посетителей, должна считаться «национальной»; согласно адресу выставленной компании/организации экспоненты из этой страны будут объявлены «национальными». Экспоненты из всех других стран должны считаться «иностранными».

Для гибридных или только офлайн-мероприятий страна, в которой выставка проходит физически, считается страной проведения выставки. Используя адрес компании / организации-экспонента, участники из принимающей страны будут классифицированы как «национальные» экспоненты. Остальные экспоненты, из других стран, будут посчитаны как «иностранные».

D. Расчетный стандарт для числа посетителей, посещений и проходов

Количество посетителей выставки рассчитывается с целью дать экспонентам представление о потенциальном числе покупателей, к которым у них будет доступ во время участия в выставке.

Временные рамки для расчета числа посетителей

Расчет посетителей происходит *только* в официальные рабочие часы, *когда возможно синхронное взаимодействие с экспонентом.* «Рабочие часы» устанавливаются организатором отдельно для онлайн и офлайн форматов, для отдельных частей мероприятия (См. Статья 3.1)

D.2 «Входы» или «проходы»

Под этим понимается каждый человек, который входит в место проведения выставочного мероприятия в часы, официально открытые для публики.

D.3 «Посещения»

Посещение — это действие человека, который в официальный рабочий день и время выставки входит на **офлайн (физическое)** мероприятие с помощью проходного документа или **входит на онлайн мероприятие с помощью уникального идентификатора**, и который является

представителем аудитории рынка и ожидаем организаторами и экспонентами.

В расчеты «посещений» как онлайн, так и офлайн (физических) мероприятий, включены:

- люди, которые покупают билеты непосредственно на мероприятии
- люди, которые покупают билеты перед мероприятием и посещают мероприятие
- люди с бесплатным приглашением или с билетом по сниженному тарифу, которые приходят на мероприятие
- люди, которые проходят на выставку по абонементу

Один человек может быть подсчитан только один раз за день.

Из расчета числа «посещений» мероприятия исключаются:

- работники площадки выставки и сотрудники организаторов
- сотрудники по обслуживанию посетителей
- сотрудники выставочных компаний/организаций
- спикеры на мероприятии
- представители прессы

D.4 Посетитель

Посетитель — это человек, который посещает онлайн или офлайн выставку. Каждый посетитель подсчитывается единожды в течение всего срока проведения выставки, вне зависимости от количества посещений.

Когда организатор предоставляет посетителю возможность посетить и онлайн, и офлайн мероприятие, подсчет должен производиться следующим образом (раздельно):

- **те уникальные посетители, которые пришли только на онлайн-мероприятие**
- **те уникальные посетители, которые пришли только на офлайн-мероприятие**
- **по возможности, уникальные посетители, которые пришли и на онлайн, и на офлайн мероприятие, т. е. не дублируемый подсчет обоих типов посетителей (общее количество посетителей).**

D.5 Повторные посещения

Повторное посещение — это каждое дополнительное посещение посетителя после первого посещения, которое может быть проконтролировано. Здесь также считается только одно посещение в день.

D.6 Общее число Посещений (дополнительно к пунктам D4 и D5)

Общее число посещений равно общему числу посетителей плюс общее число повторных визитов.

D.7 Общая посещаемость

Общая посещаемость равна числу уникальных посетителей плюс сотрудники экспонентов, плюс спикеры, плюс представители прессы.

Резюмируя пункты D.6 и D.7:

Посетители (считаются только единожды)	+ Повторные посещения	= Общее число посещений
+ Сотрудники экспонентов + Спикеры + Представители прессы = Общая посещаемость		

D.8 Передача информации о статистике и сертификация мероприятий, одобренных UFI

UFI принимает данные, относящиеся как в «посещениям», так и к «посетителям».

В каждом из случаев определение используемого термина («посещения» или «посетители») должно быть ясно и понятно в применяемом контексте.

Это верно в отношении статистики, сообщаемой в заявлениях, и информации, сообщаемой в СМИ или рекламе.

E. Национальные (Внутренние) и Иностранные посетители и посещения

«Национальность» определяется на основании места жительства посетителя и должна быть заявлена на регистрационных формах заявителя с указанием адреса за рубежом. Зарубежные или иностранные посещения - это посещения со стороны посетителей, место проживания которых отличается от страны, в которой проводится мероприятие*. *Если мероприятие проходит только онлайн, страной «в которой проводится мероприятие» считается та страна, из которой присутствует наибольшее количество посетителей мероприятия. Все остальные посетители определяются как «иностранцы» посетители.*

В случае, если нет возможности ввести систему индивидуальной регистрации, организатор может получить разрешение от UFI — по запросу и исключительно для международного одобрения выставки от UFI — определить общее процентное соотношение иностранных посещений с помощью выборочного исследования (сэмплинг). Этот анализ должен быть проведен компанией по исследованию рынка и сертифицирован независимой аудиторской компанией. В заключении должна быть указана методология выборочного исследования (сэмплинга). В случае, если выставка — это публичное мероприятие, допустимо, чтобы были посчитаны только зарубежные специалисты и затем дано сравнение этих данных с общим числом посещений посетителей-специалистов, предпочтительно с системой регистрации для каждого иностранного посетителя. Сертификат аудита должен отображать метод, который был использован для подсчета.

* Страны ЕС рассматриваются как отдельные государства.

К вашему сведению:

Вышеуказанные стандарты и определения используются UFI и её членами по всему миру в рамках получения одобрения ярмарки/выставки/шоу, или «Одобрения мероприятия от UFI». 921 мероприятие было одобрено UFI (по данным на март 2021 года).