

Veletřhy a výstavy šlapou

6.6. 2018 - SOVA ČR (Společenstvo organizátorů veletržních a výstavních akcí v ČR)

SOVA ČR u příležitosti světového dne veletržního průmyslu, **GLOBAL EXHIBITION DAY**, který letos připadá na 6.6., zveřejňuje **analýzu veletržního průmyslu v ČR**.

Veletřhy v posledních letech posilují svůj význam v mezinárodním obchodu a nadále představují jedinečnou proexportní platformu ekonomiky. V rámci mezinárodních obchodních vztahů představují nenahraditelný marketingový a obchodní nástroj.

Veletřní a kongresový průmysl je závislý na vývoji ekonomické situace a vnějších podmínkách v ČR a Evropě. Tyto rozhodují o ochotě firem investovat do rozvoje a marketingu. Česká ekonomika pokračuje i v letech 2017–2018 v trajektorii zdravého hospodářského růstu, což se pozitivně odráží také na výkonnosti veletržního průmyslu.

Jak ovlivňuje digitální prostředí veletřhy? Ztrácí veletřhy své místo nebo naopak posilují svůj vliv v rámci marketingové komunikace? Jaká je výkonnost veletržního průmyslu v ČR?

Na položené otázky odpoví analýza českého veletržního a výstavního trhu za rok 2017, kterou přináší SOVA ČR (Společenstvo organizátorů veletržních a výstavních akcí v ČR). Jejím zpracováním Společenstvo pověřilo agenturu pro výzkum efektivnosti veletrhů a výstav Amasia Expo. SOVA ČR sleduje celkovou bilanci tohoto segmentu marketingových komunikací nepřetržitě již od roku 1996 a má tak k dispozici unikátní trendovou studii veletržního a výstavního dění v ČR. Obdobně jako ve všech předchozích souhrnných přehledech dat lze konstatovat, **že ANALÝZA 2017 pokrývá v hlavních souhrnných údajích 90 % všech veletržních a výstavních dat za Českou republiku.**

Světový veletržní průmysl v číslech

- Na veletržích ročně vystavuje **4,4 milionů firem**.
- Každý rok se po celém světě se koná přibližně **31 000 výstav** a veletrhů.
- Veletřhy navštíví každý rok přes **260 milionů lidí**. To je více, než je populace Brazílie.
- Celková krytá výstavní plocha v roce 2017 dosáhla **34,8 milionu m²**! To je přibližně 4 874 fotbalových hřišť.
- Vystavovatelé a návštěvníci na veletržích utratí každoročně zhruba **98 miliard EUR**.

Světový, resp. evropský veletržní průmysl pokračoval v letech 2016-2017 v růstu a dle průzkumů mezi relevantními veletržními správami by měl tento trend růstu pokračovat.

Český veletržní průmysl v číslech

Statistické ukazatele veletržního průmyslu ČR (pronajatá výstavní plocha, počet vystavovatelů a návštěvníků) jsou v posledních letech stabilní.

- Na veletržích v ČR se prezentovalo **25 520 firem**.
- Veletřní správy a organizátoři uspořádali **242 veletrhů** a výstav a prodali **990 593 m² výstavní plochy**.
- Veletřhy v ČR navštívilo **2 743 385 návštěvníků**.
- Kvalifikovaný odhad celkového trhu v ČR z hlediska **hodnoty obratu činí 1,9 mld. Kč**.

Trendy veletržního průmyslu

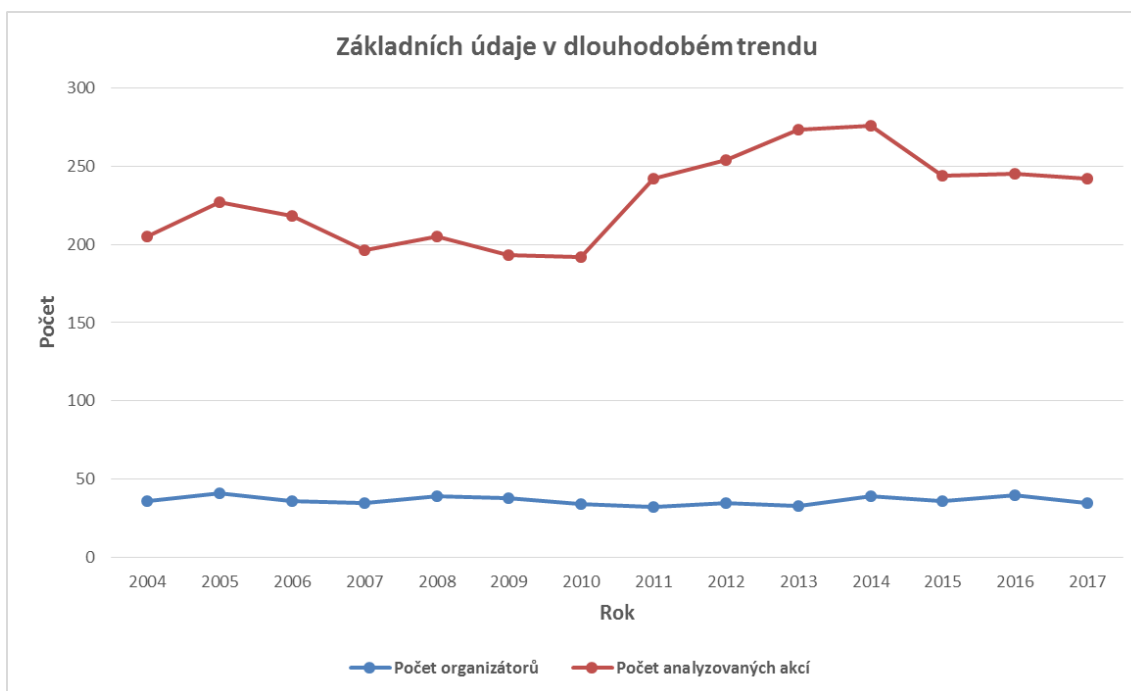
V České republice je patrný návrat k veletrhům obchodní povahy (B2B), a to hlavně v oborech strojírenství, průmyslových technologií, elektrotechnice, vojenském a obranném průmyslu, dřevozpracujícího průmyslu, ale i ve velkoobchodu módního zboží, optiky, zemědělské techniky.

Podle agentury B-Inside, která provádí výzkum komunikačních aktivit v B2B marketingu, jsou veletrhy společně s webovými stránkami a tištěnými propagačními materiály jedním ze tří nejstabilnějších způsobů prezentace, které firmy volí. Firmy se k využívání veletrhů a firemních akcí vrací jako k osvědčenému nástroji marketingu „tváří v tvář“ s cílem udržení stávajících a navazování nových obchodních kontaktů.

Průzkumy mezi vystavovateli a návštěvníky stále více poukazují na skutečnost, že **klíčovým parametrem úspěšnosti veletrhu je množství získaných kontaktů a kontraktů.** Veletrh těží především z face to face komunikace, která se ukazuje jako rozhodující při získávání nových zakázek.

Český veletržní průmysl v detailu

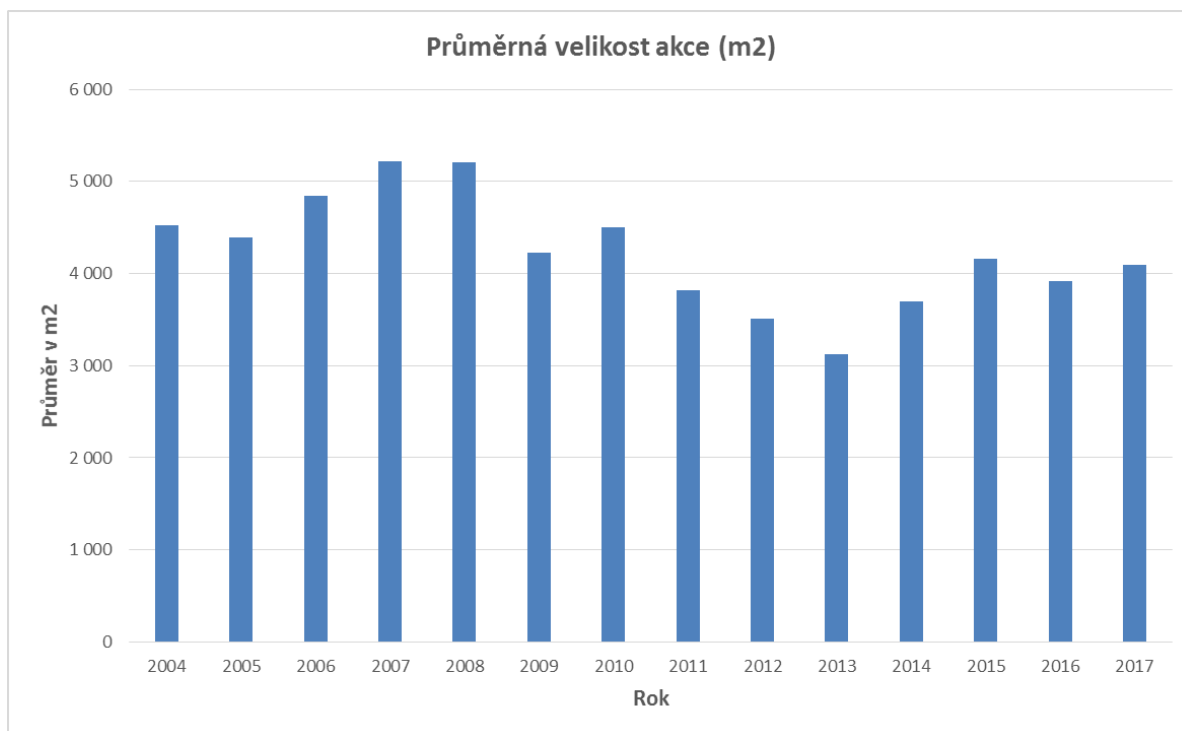
Analýza veletržního a výstavního trhu za rok 2017 zpracovává statistické charakteristiky celkem 242 jednotlivých veletržních a výstavních titulů, které připravilo 35 organizátorů – veletržních a výstavních správ, veletržních agentur či městských úřadů.



Počet akcí je v posledních letech stabilní. Nárůst počtu veletržních akcí v období 2011 – 2015 byl odrazem ekonomické krize, kdy se organizátoři smažili čelit nepříznivému vývoji uvedením nových titulů na trh. Řada z nich však na trhu své místo nezískala a počet veletržních akcí se ustálil na počtu okolo 245 akcí.

Průměrná velikost akce se postupně zvyšuje.

Údajem, který poměrně názorně vypovídá o trendu současné veletržní politiky jednotlivých vystavovatelů, je hodnota průměrné výstavní plochy (**krytá výstavní plocha, volná výstavní plocha, zvláštní předváděcí plocha**), se všemi pozitivy i negativy průměrného údaje.



Data ukazují tři základní údaje:

- Průměrná výstavní plocha veletržních akcí se postupně zvyšuje. Oproti minulému období vzrostla o 4,5 %.
- Z grafu je patrné, že veletržní akce v době ekonomické krize klesly z pohledu rozsahu. Tato skutečnost koresponduje s nárůstem počtu akcí v tomto období.
- Zvýšení počtu akcí, které se etablovaly na trhu po ekonomické krizi, má za následek, že průměrná plocha ještě nedosáhla období před ekonomickou krizí.

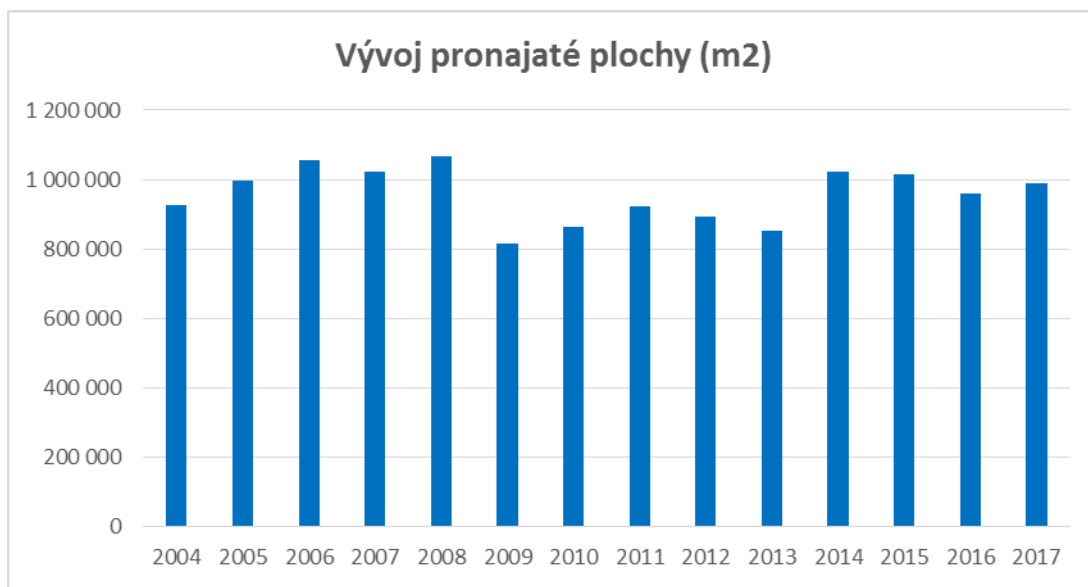
Souhrnné parametry trhu

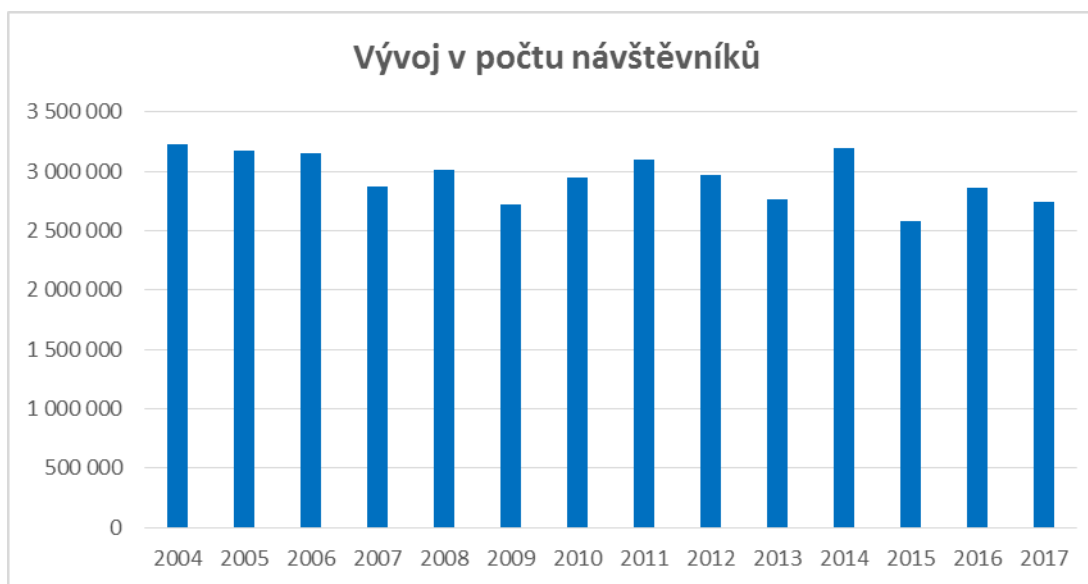
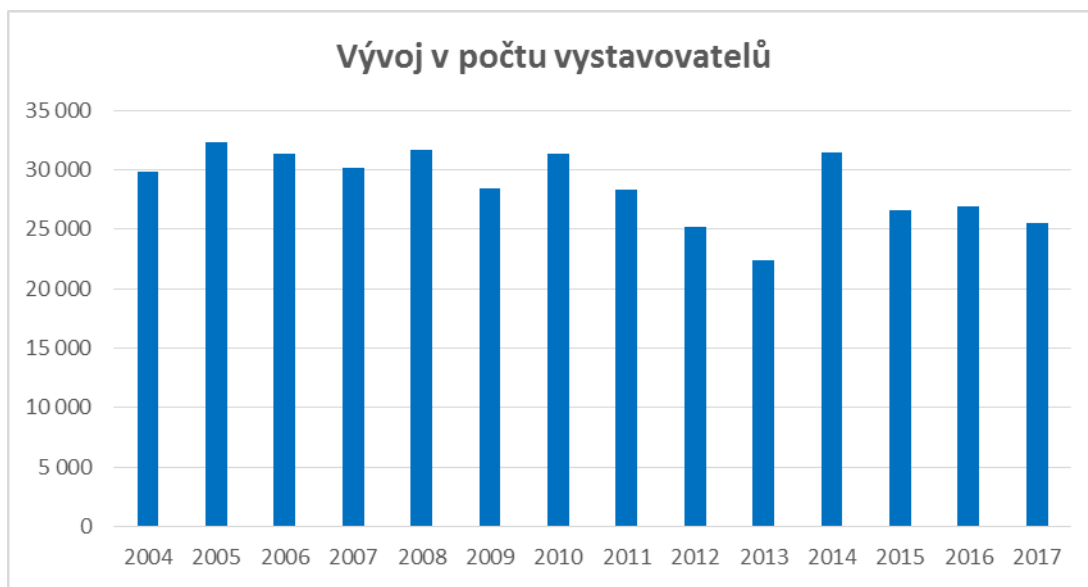
Z analýzy celkového trhu vyplývá, že veletržní průmysl kopíruje ekonomické prostředí. **V souladu s ekonomickým vývojem je výkonnost sledovaného segmentu stabilní.**

Pokud vezmeme v úvahu periodicitu některých akcí (některé významné akce mají dvouletou periodicitu), musíme vnímat vývoj i v této rovině.

Do samotné analýzy vstupuje také fakt, že někteří významnější organizátoři svá data nezveřejňují, což představuje ca 10 % trhu. V rámci srovnání musíme na tuto skutečnost brát zřetel.

Souhrnné údaje za ČR 2002 - 2017				
ROK	PLOCHA (m2)	POČET VYSTAVOVATELU	POČET NÁVŠTĚVNÍKU	POČET AKREDITOVANÝCH NOVINARU
2002	850 566	31 740	2 729 416	10 089
2003	909 661	31 460	3 345 550	9 594
2004	927 018	29 843	3 229 814	9 674
2005	996 314	32 289	3 169 951	10 150
2006	1 055 415	31 388	3 149 624	9 557
2007	1 023 754	30 116	2 872 119	9 207
2008	1 067 787	31 707	3 007 545	8 441
2009	816 554	28 458	2 717 869	8 040
2010	863 889	31 345	2 950 405	7 146
2011	922 915	28 293	3 096 713	6 503
2012	892 537	25 198	2 970 595	5 856
2013	853 856	22 432	2 767 229	6 113
2014	1 021 168	31 497	3 192 438	6 664
2015	1 015 359	26 588	2 579 735	5 974
2016	959 134	26 919	2 861 527	5 793
2017	990 593	25 520	2 743 385	5 399





Ve srovnání let 2017/2016 jsou celková data za rok 2017:

- Z hlediska plochy 103,3 % výkonu roku 2016
- Z hlediska počtu vystavovatelů 94,8 % výkonu roku 2016
- Z hlediska počtu návštěvníků 95,9 % výkonu roku 2016

Ve srovnání let 2017/2015 jsou celková data za rok 2017:

- Z hlediska plochy 97,6 % výkonu roku 2015
- Z hlediska počtu vystavovatelů 96 % výkonu roku 2015
- Z hlediska počtu návštěvníků 106,3 % výkonu roku 2015

Ze srovnání s minulým obdobím vyplývá, že veletržní průmysl od roku 2014 stabilizuje svou pozici. Výkonnost v jednotlivých letech osciluje okolo stabilních hodnot. S vědomím chybějících výsledků některých organizátorů lze hovořit o pozitivním trendu celého odvětví. Vysoká stabilita a růst se projevuje zejména u B2B veletrhů s mezinárodní účastí.

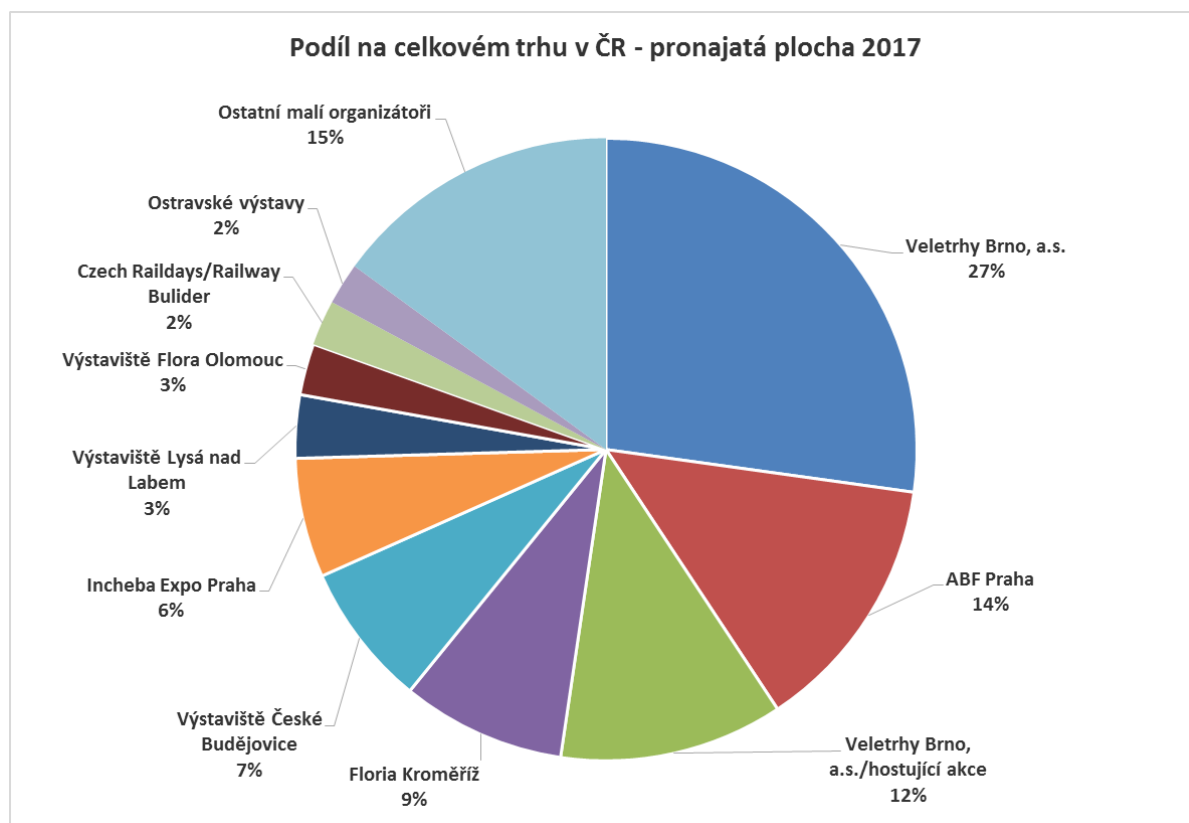
Mezinárodní veletrhy

Dílčí analýza mezinárodních veletrhů vychází z jednotné metodiky UFI, která stanoví kritéria mezinárodnosti. V současné době platí, že za mezinárodní jsou považovány takové veletržní akce, které vykazují nejméně 10 % vystavovatelů nebo 5 % návštěvníků, kteří jsou ze zahraničí. Data musí být auditována.

Na poli mezinárodních veletrhů dominuje společnost Veletrhy Brno, a.s. s aktuálním podílem 100 %, protože jako jediný organizátor splňuje kritéria. Společnost Veletrhy Brno, a.s. v roce 2017 z 30 auditovaných akcí mohla oprávněně nazývat mezinárodní akcí 25 veletrhů, což představuje 83 % portfolia společnosti.

Podíly na trhu

Dlouhodobým lídrem českého veletržního a výstavního trhu zůstává společnost Veletrhy Brno, a.s.



Z analýzy vyplývá, že na českém veletržním trhu působí dvě silné veletržní správy, Veletrhy Brno, a.s. a ABF Praha. Společně tvoří více jak polovinu celého trhu.

Závěry

Veletrhy jsou důležitým nástrojem obchodu a marketingu, speciálně B2B marketingu. Veletržní průmysl je navzdory rychlému vývoji internetu a možnosti prezentace tam stále atraktivní forma marketingového nástroje. Z průzkumů mezi vystavovateli je zřejmé, že považují veletrhy za klíčovou součást své obchodní a marketingové strategie. Ukazuje se, že význam veletrhů se mírně přesouvá od marketingu k obchodu. Veletrhy můžeme tedy považovat nejen za marketingový, ale také za velmi účinný obchodní nástroj.

Veletržní aktivity přináší velmi zásadní přínosy do místa svého konání. Má hmatatelné i nehmatatelné přínosy nad rámec vygenerovaného zisku a zaplacených daní. Přenáší pozitivní efekty výstavní aktivity směrem do širokého okolí (makroekonomické efekty) a vytváří pracovní místa a plní rozpočty města, kraje i státu.

Český veletržní průmysl je stabilní. Využívá pozitivního vývoje české ekonomiky a ochoty firem investovat do marketingových a obchodních aktivit. Kopíruje pozitivní náladu ze světa, kde roste ekonomický růst i optimismus. Vzhledem k tomu, že veletržní průmysl do značné míry kopíruje ekonomický vývoj v regionu, ekonomický růst v České republice z posledních let posouvá nahoru i česká výstaviště.

V posledních letech se stabilizovaly všechny důležité parametry veletržního průmyslu. Počet akcí, firem, využívající veletrhy i návštěvníků. Rovněž pronajatá plocha, která se přibližuje k hranici jednoho miliónu čtverečních metrů.

Důležitost veletrhů pro trendy v prezentovaných oborech podtrhuje zájem novinářů o dění na veletrhu. Na všech veletrzích a výstavách, se **akreditovalo 5 399 novinářů**.