

Vetenskapliga konferenser och utbildningssammankomster

Praktiska riktlinjer, för produktinformation, utställningar,
annonsering samt sponsring

Denna skrifts syfte är att ge vägledning för arrangörer av konferenser och utställningar samt ge medlemsföretagen underlag för beslut om deltagande.

1. Den arrangerade parten (organisationen) skall utse en kontaktperson som är ansvarig för arrangemangen när det gäller företagens medverkan. På samma sätt skall FSD utse en kontaktperson.
2. Vid planering av konferens, vid vilken medverkan från företag förväntas, skall FSD kontaktas på ett så tidigt stadium som möjligt för att få tillfälle att framföra råd och synpunkter på planerna.
3. Utställning i samband med konferens, liksom annonsering i program, bör endast komma ifråga om ett rimligt antal deltagare kan samlas.
4. Arrangörerna ska innan utställning äger rum lämna preliminära uppgifter om antalet deltagare till utställarna. Utställarna skall efteråt erhålla slutligt antal samt förteckning över konferensdeltagare.
5. Möjlighet att delta i utställningen får ej begränsas, utan arrangemanget skall vara öppet för alla företags- och produkter eller intresse för det tema som behandlas vid konferensen.
6. Arrangören, konferensdeltagarna och utställningsdeltagarna förutsätts ha ett gemensamt intresse i det ämne eller tema som behandlas på konferensen. Den kommersiella information som lämnats av utställningsdeltagarna i anslutning till konferensen, skall avse de ämnen eller teman som behandlas i konferensens vetenskapliga program. En företrädare för respektive utställare skall ha rätt att utan extra kostnad utöver utställningsavgiften och i övrigt på samma villkor som konferensdeltagarna, delta vid föredrag eller symposier, som ingår i det vetenskapliga programmet.
7. Arrangören har ansvar för att deltagarna informeras om utställningen och att tillräcklig tid avsätts i programmet för besök på utställningen. Programmet skall även i realiteten genomföras på ett sådant sätt att besök på utställningen verkligen görs möjligt.
8. Tid för utställningsbesök skall inte bara avse t.ex. timman före konferensens början eller efter dess slut. Utställningen bör betraktas som en integrerad del i konferensen med ett väsentligt värde för konferensdeltagarna. Därför bör inte heller t.ex. kaffepauser räknas in i den aktiva tiden för utställningsbesök.
9. Med hänsyn till att kostnaderna är betydande, bör utställningsperioden komprimeras. Endast undantagsvis behövs mer än ca två dagars utställningsperiod för att beredda tillfredsställande möjligheter för kontakt mellan konferensdeltagare och medverkande företag.

Bara mycket stora arrangemang kan anses kräva längre utställningsperiod. Erfarenheterna visar att sista utställningsdagen med fördel kan avslutas efter lunch, oavsett konferensens varaktighet. Därför bör utställningsbesök inte planeras in på eftermiddagen, eftersom brytning av utställningen då påbörjats.

Arrangörerna skall om möjligt undvika att förlägga utställningsperioden till lördagar, söndagar eller helger.

I programmet angiven utställningstid skall hållas.

10. Utställningen skall varar belägen i omedelbar anslutning till konferenslokalerna.
11. Lämpliga utställningslokaler tillhandahålls av arrangören. Vid val av lokal bör hänsyn tas till eventuella behov av tekniska faciliteter i form av el, vatten, avlopp, ventilation, ljus, golvbeläggning, in- och utflyttningsmöjligheter dörrbredder och -höjder, hissar m m.
12. Arrangören ansvarar för utställningslokalens funktionsduglighet samt för låsning och/eller bevakning av lokalen när utställningen är stängd. Utställaren svarar själv för sitt försäkringskydd.
13. En normal utställningsplats bör omfatta minst tre löpmeter samt tillräckligt djup beroende på hur skrymmande produkterna är. Minsta djup bör dock vara en meter. Arrangören skall inte ange någon minsta utställningsplats eftersom platsbehovet varierar mellan olika företag.
14. Har arrangören inga särskilda kostnader för anordnande av utställningen kan ersättning för utställningsdeltagande utgå enligt gällande normalpriser. I den mån arrangören finner anledning begära högre ersättning för att täcka omkostnader för att anordna utställningen, t.ex. hyra, vakt-

hållning, skall överenskommelse om detta träffas med FSD. Kraven skall då styrkas med en kostnadskalkyl.

15. Priset för annonsplats i inbjudan, konferensprogram o d skall vara relaterat till tryckkostnaden. Färdigt annonsmaterial tillhandahålls av arrangören. I programmet skall det finnas information om utställningen och en förteckning över utställare.
16. Med den grundläggande utgångspunkten att arrangemangen ska genomföras på ett sådant sätt att parterna i förhållande till varandra intar den oberoende hållning som förutsättes i gällande författningar - och som från etisk synpunkt är ett oavvisligt krav, skall andra krav på ersättning utöver avgifter för utställning- och annonsplatser, inte ställas för utställningsdeltagande FSD rekommenderar

Ingen form av dold sponsring. All sponsring bör vara öppen och ska kombineras med tydlig motprestation. (F.ö. måste sponsring ge en tydlig motprestation för att vara avdragsgill)
17. Efter arrangemanget bör arrangören genomföra en utvärdering av utställarnas synpunkter kring utställningen.

FSD:s rekommenderade kostnadsramar

För att förenkla planeringen av kongresser och utställningar och klargöra det oberoende förhållandet mellan arrangör och utställare har FSD utformat följande rekommendation. I den mån arrangören finner anledning att begära högre ersättning får denna bara täcka omkostnader som särskilt uppkommit för utställningens anordnade och genomförande t ex, hyra, vakthållning , o d. Ersättningar som ligger högre än de kostnadsramar som anges här, skall fastställas i överenskommelse med FSD. Utställningsintäkterna skall inte subventionera konferensdeltagarnas resor, uppehålle eller förnöjelse.

NORMALPRISER

Utställningsplats om ca 3 x 1,5 m (4,5 kvm) + en företagspersons totala deltagande 2 500 kr per kvm och tillfälle inklusive all förtäring.

Vid speciella skäl att förhandlas vid varje tillfälle en ev. ytterligare ersättning av max 3 000 kr.

