



Riktlinjer för utställningar och sponsring av vetenskapliga konferenser och utbildningssammankomster

Syftet med detta dokument är att ge vägledning till arrangörer av konferenser och utställningar samt ge Swedish Labtechs medlemsföretag underlag för beslut om deltagande.

1. Den arrangerande parten ska utse en kontaktperson som är ansvarig för arrangemangen när det gäller företagens medverkan. På samma sätt skall Swedish Labtech utse en kontaktperson.
2. Vid planering av konferens, vid vilken medverkan från företag förväntas, ska Swedish Labtech 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 garanteras. Avtalet mellan arrangören och medlemsföretaget ska innehålla skäliga avbokningsregler.
4. Arrangörerna ska innan utställning äger rum lämna uppgifter om antalet deltagare till utställarna. Utställarna ska efteråt erhålla slutligt antal samt, när så är möjligt, erhålla en förteckning över deltagarnas namn och kontaktuppgifter.
5. Möjlighet att delta i utställningen får inte begränsas utan ska vara öppet för alla företag som har 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 ska avse de ämnen eller teman som behandlas i konferensens vetenskapliga program.

Företrädare för respektive utställare ska 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 (minst 20 %) avsätts i programmet för besök på utställningen. Programmet ska även genomföras på ett sådant sätt att besök på utställningen verkligen är möjligt.
8. Utställningen ska betraktas som en integrerad del i konferensen med ett väsentligt värde för konferensdeltagarna. Tid för utställningsbesök ska inte bara avse t.ex. timman före konferensens början eller efter dess slut. Inte heller ska t.ex. måltider och 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 cirka två dagars utställningsperiod för att bereda tillfredsställande möjligheter för kontakt mellan konferensdeltagare och medverkande företag. Bara mycket stora arrangemang kan kräva längre utställningsperiod.

Erfarenheter visar att sista utställningsdag med fördel kan avslutas efter lunch om utställningstiden pågår mer än två dagar. Därför bör utställningsbesök inte planeras in på eftermiddagen, eftersom brytning av utställningen då påbörjats. Arrangörerna ska om möjligt undvika att förlägga utställningsperioden till lördagar, söndagar eller helger. In- och utflyttning av montrar ska samordnas av arrangören för att inte störa pågående utställning.
10. Utställningen ska vara belägen i direkt 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 utflyttningmöjligheter, 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. Arrangören ska erbjuda olika storlekar på utställningsplats eftersom platsbehovet varierar mellan olika företag.
14. Priset för annonsplats i inbjudan, konferensprogram m.m. ska vara relaterat till tryckkostnaden. Färdigt annonsmaterial tillhandahålls av annonsören. I programmet ska det finnas information om utställningen och en förteckning över utställare.
15. Arrangemanget ska genomföras på ett sådant sätt att parterna i förhållande till varandra intar en oberoende hållning enligt gällande lagar och Samverkansreglerna.
- Andra krav på ersättning utöver avgifter för utställning- och annonsplatser ska inte ställas för utställningsdeltagande.
- All sponsring ska vara öppen och kombineras med tydlig motprestation. (F.ö. måste sponsring ge en tydlig motprestation för att vara avdragsgill).
16. Vid arrangemang som vänder sig till grupper som ligger inom Samverkansreglerna ska hänsyn tas till dessa regler. Swedish Labtech har samverkansavtal med SKL, Swedish Medtech, LIF och Capio, samt hängavtal med Sveriges läkarförbund och Vårdförbundet.
17. Kommande arrangör ska i god tid ha kontakt med nuvarande arrangör för överföring av erfarenheter och kunskap från arrangemanget.

Kostnadsramar

För att förenkla planeringen av kongresser och utställningar och klargöra det oberoende förhållandet mellan arrangör och utställare har Swedish Labtech utformat följande rekommendation.

Riktpris per kvm: 2 500 kr

Detta inkluderar minst två företagspersoners totala deltagande, inklusive all förtäring.

Vid erbjudande om partner- och/eller sponsringspaket ska ingående motprestation tydligt framgå och stå i skäligen proportion till kostnaden för paketet.

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 m.m. Ersättningar som ligger högre än de kostnadsramar som anges här, ska fastställas i överenskommelse med Swedish Labtech och styrkas med en kostnadskalkyl.

