



نبذة عن التصنيفات:

تعمل الهيئة العامة للمعارض والمؤتمرات على وضع معايير لتصنيف المعارض والمؤتمرات ومنظمتها ومستضيفيها من الشركات والمؤسسات المحلية والدولية، بهدف تحسين جودة تنفيذ المعارض والمؤتمرات من خلال تطوير المنظمين والمستضيفين إدارياً وفنياً، وتعزيز ارتباطهم المعرفي والعلمي بالمنظمات الدولية المتخصصة في المعارض والمؤتمرات ومستضيفيها، الأمر الذي سوف ينظم ويحفز التنافسية في القطاع، ويميز ويقسم المصنفين إلى فئات محددة وفق معايير ومقاييس تضمن التوافق التام بين المنظم والمستضيف والمناسبة.

خطوات المشاركة في تحسين معايير التصنيفات:

- 1- اطلع على مفهوم وتعريف وفوائد وأهداف التصنيف.
- 2- اطلع على جدول المعايير ومقاييسها، وجدول شرح المعايير.
- 3- اكتب الملاحظات أو المقترحات أو المرئيات التي لديك مع تحديد المعيار والقسم والفئة.
- 4- أرسلها عبر البريد الإلكتروني إلى Classifications@secb.gov.sa

تعريفات:

- 1- **المنظم:** احدى الشركات/المؤسسات المرخص لها بتنظيم وإدارة المعارض والمؤتمرات.
- 2- **المستضيف:** منشأة يتوفر لديها مكان لإقامة نشاط المعارض والمؤتمرات، ويكون في حكم المنشأة مالك العقار.
- 3- **مناسبة:** فعالية تقام في مكان وزمان محدد لأي من أنشطة المعارض والمؤتمرات وتخضع إلى رقابة الهيئة.



مفهوم التصنيف:

العملية التي يتم من خلالها تمييز المنظمين أو المعارض والمؤتمرات أو المستضيفين بعضهم عن بعض، وتقسيمهم إلى فئات متعددة، حيث تضم كل فئة العديد من المصنفين المتشابهين فيما بينهم.

تعريف التصنيف:

معايير مقررّة من الهيئة، لتحديد فئة الشخص المؤهل، والمستضيف، والمناسبات.

فوائد التصنيف للمُصنّف:

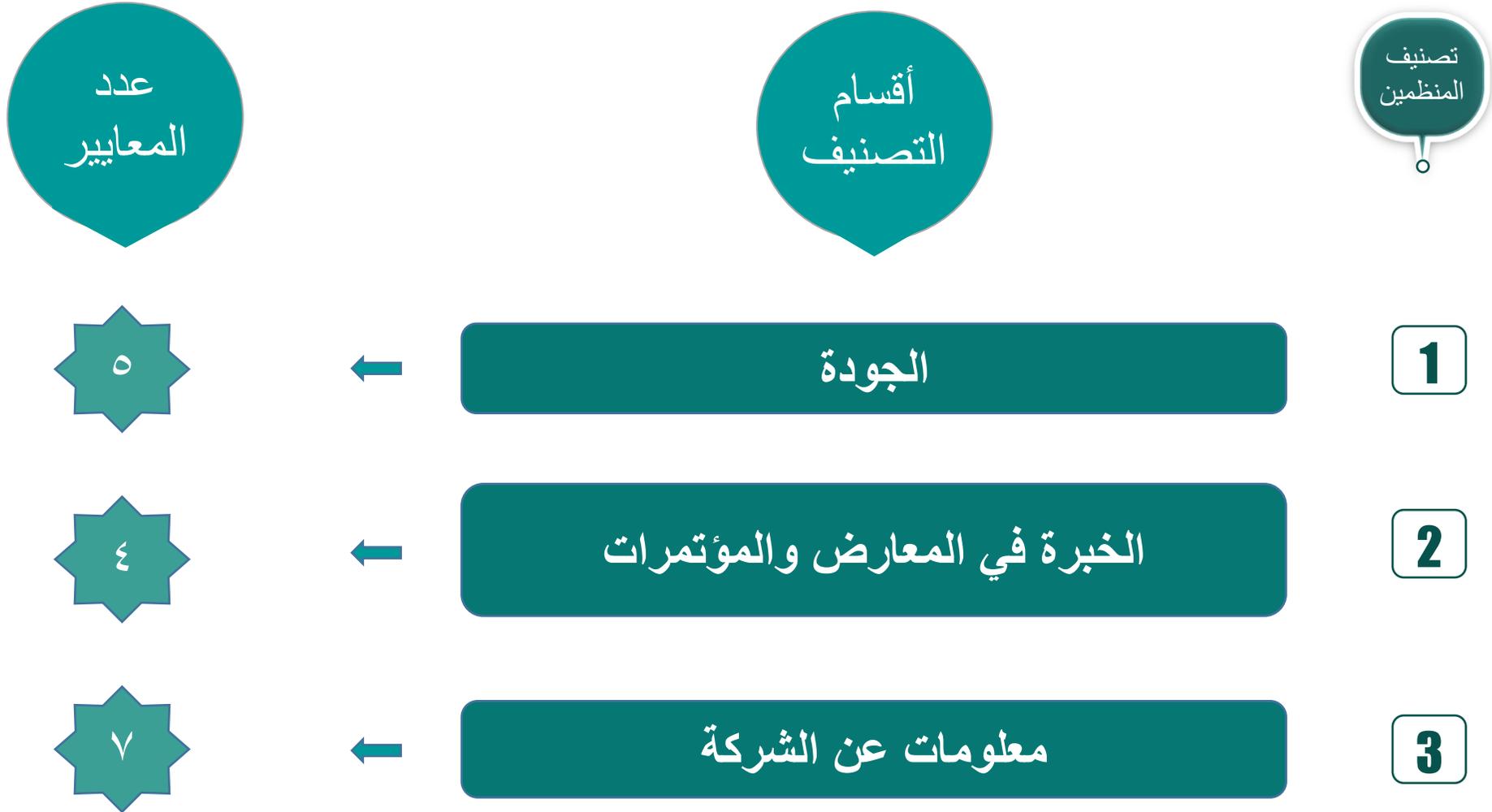
- 1- التطوير الإداري والفني والمهني.
- 2- منافسة عادلة وآمنة.
- 3- معارض ومؤتمرات ذات جودة عالية.
- 4- تعزيز ارتباط المصنّف المعرفي والعلمي بالمنظمات الدولية المتخصصة في المعارض والمؤتمرات ومستضيفيها.
- 5- منشآت ذات خدمات متقدمة.

أهداف التصنيف:

- 1- رفع جودة المنظمين، تنفيذ المعارض والمؤتمرات، خدمات المستضيفين.
- 2- تحديد فئات تُميز كلاً من: المنظمين، المعارض والمؤتمرات، المستضيفين.
- 3- تنظيم مستويات تنفيذ المعارض والمؤتمرات.
- 4- تسويق القطاع المحلي على المستوى الدولي.



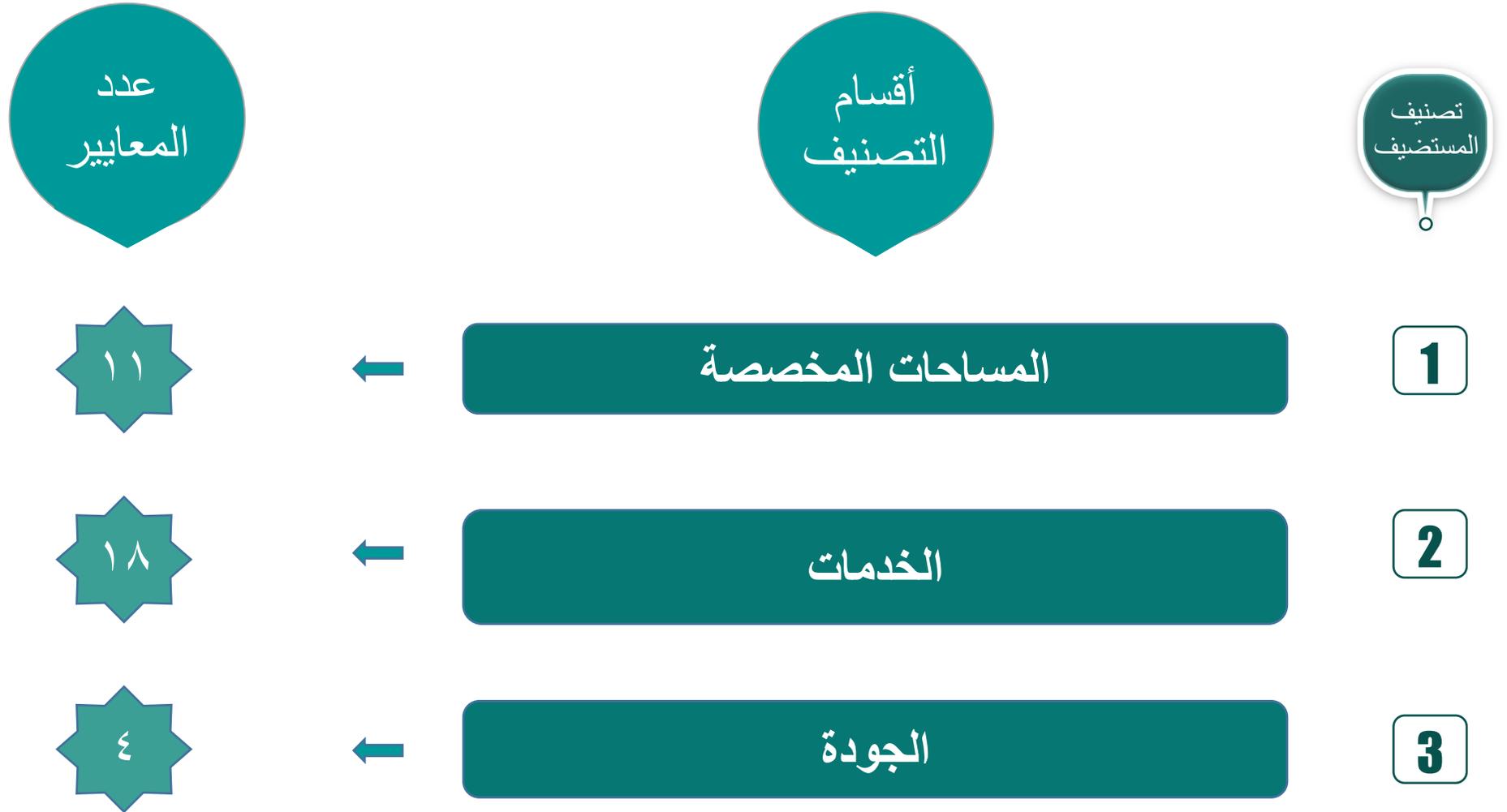
معايير تصنيف المنظمين



عدد المعايير: ١٦



معايير تصنيف المستضيفين



عدد المعايير: ٣٣



معايير تصنيف المناسبات

عدد
المعايير

أقسام
التصنيف

تصنيف
المناسبات

١٠



الحجم

1

٤



الأهمية الاستراتيجية

2

عدد المعايير: ١٤



جدول معايير تصنيف المنظمين والمستضيفين والمناسبات:

| الوزن | قياس المعيار | | | | المعيار | # | القسم | فئة التصنيف |
|-------|---|-----------------------------|--------------|--------------|--|---|--------|-------------|
| | ٤ | ٣ | ٢ | ١ | | | | |
| N/A | سارية | غير سارية | | لا يوجد | شهادة إدارة الجودة iso9001. | ١ | الجودة | منظمين |
| N/A | الزوار والمشاركين والموردين والمستضيف والجهة الحكومية | الزوار والمشاركين والموردين | الزوار | لا يوجد | قياس رضا المستفيدين. | ٢ | | |
| N/A | سارية | غير سارية | - | لا يوجد | شهادة إدارة الأحداث والمناسبات iso20121. | ٣ | | |
| N/A | عضويتين | عضوية واحدة | - | لا يوجد | عضويات في منظمات دولية. | ٤ | | |
| N/A | عضويتين | عضوية واحدة | - | لا يوجد | عضويات في منظمات محلية. | ٥ | | |
| N/A | ≥ 16 سنة | ≤ 15 سنة | ≤ 9 سنة | ≤ 4 سنة | عدد سنوات العمل في نشاط تنظيم وإدارة المعارض والمؤتمرات. | ٦ | الخبرة | |
| N/A | ≥ 8 | ≤ 6 | ≤ 4 | ≤ 2 | عدد المعارض التي تم تنظيمها اخر سنتين. | ٧ | | |
| N/A | ≥ 8 | ≤ 6 | ≤ 4 | ≤ 2 | عدد المؤتمرات التي تم تنظيمها اخر سنتين. | ٨ | | |
| N/A | ≥ 4 | ٣ | ٢ | ≤ 1 | عدد المعارض أو المؤتمرات الدولية النوعية أو الكبيرة التي تم تنظيمها اخر سنتين. | ٩ | | |



| | | | | | | |
|-----|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---|---------------------------|
| N/A | ≥ ١٨ مليون | ≤ ١٧,٩ مليون ريال | ≤ ٥,٩ مليون ريال | ≤ ٥٠٠ ألف ريال | ١٠ رأس المال. | <u>معلومات الشركة</u> |
| N/A | ≥ ٢٢ مليون ريال | ≤ ٢١,٩ مليون ريال | ≤ ٧,٤٩ مليون ريال | ≤ ١,٤٩ مليون ريال | ١١ الإيرادات المحلية. | |
| N/A | ≥ ٤٠٠ مليون ريال | ≤ ٣٠٠ مليون ريال | ≤ ٢٠٠ مليون ريال | ≤ ١٠٠ مليون ريال | ١٢ الإيرادات الدولية. | |
| N/A | ≥ ٦٤ | ≤ ٣٢ | ≤ ١٦ | ≤ ٨ | ١٣ عدد الموظفين العاملين بدوام كامل في السعودية. | |
| N/A | ≥ ٨٦% | ≤ ٦٣% | ≤ ٤٥% | ≤ ٢٥% | ١٤ نسبة الموظفين السعوديين. | |
| N/A | ≥ ٧ | ≤ ٥ | ≤ ٣ | ≤ ١ | ١٥ عدد المعارض المرخصة المخطط إقامتها في السنة القادمة. | |
| N/A | ≥ ٤ | ≤ ٣ | ≤ ٢ | ≤ ١ | ١٦ عدد المؤتمرات المرخصة المخطط إقامتها في السنة القادمة. | |



| الوزن | قياس المعيار | | | | المعيار | # | المساحات المخصصة مستضيفين (مركز معارض ومؤتمرات) |
|-------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------------------------------|----|--|
| | ٤ | ٣ | ٢ | ١ | | | |
| N/A | $30,001 \geq$ | $30,000 \leq$ | $10,000 \leq$ | $3,000 \leq$ | مساحة العرض لأكبر قاعة. | ١ | |
| N/A | $1,801 \geq$ | $1,800 \leq$ | $1,300 \leq$ | $800 \leq$ | قاعة المؤتمرات بعدد المقاعد. | ٢ | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | منطقة التسجيل ٢٠%. | ٣ | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | دورات المياه. ١ وحد / ١٠٠ شخص | ٤ | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | منطقة الطعام ٦٠%. | ٥ | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | منطقة الصلاة ٢٥%. | ٦ | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | مواقف السيارات. ١ موقف / ٤ أشخاص | ٧ | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | منطقة المنظم ٢٠ مترع. | ٨ | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | منطقة البضائع. ١ مدخل / ٥٠٠٠ مترع | ٩ | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | منطقة الأعمال. | ١٠ | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | منطقة الإعلام. | ١١ | |



| | | | | | | | | |
|-----|------|---|---|---------|---|----|----------------|--|
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | ذوي الاحتياجات الخاصة. | ١٢ | <u>الخدمات</u> | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | التحكم بالمناخ. | ١٣ | | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | نقاط مصادر الطاقة. | ١٤ | | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | التحكم بالإضاءة. | ١٥ | | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | العزل. | ١٦ | | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | مواصفات قاعة المؤتمرات. | ١٧ | | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | توفر خدمة انترنت تغطي كامل أجزاء المركز. | ١٨ | | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | بوابة إلكترونية. | ١٩ | | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | نظام خدمة عملاء. | ٢٠ | | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | نظام رقابة طاقة استيعابية. | ٢١ | | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | المبيعات: ١- عروض أسعار مكتوبة. ٢- كتيب مبيعات به نطاق المرافق مع المعلومات الفنية لكل غرفة أو قاعة. ٣- نظام شكاوى. ٤- تعريف واضح للخدمات والمرافق مضمّنه في عقد الحجز. | ٢٢ | | |



| | | | | | | | |
|-----|------|---|---|---------|----|---|---------------|
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | ٢٣ | تفرغ مشرف مساندة اثناء تنفيذ المعرض أو المؤتمر. | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | ٢٤ | خدمات النقل. | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | ٢٥ | توفر مكاتب لمجموعة من شركات الدعم اللوجستي لمنظم المعرض أو المؤتمر وزوارهم. | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | ٢٦ | وجود لافتات ارشادية تغطي جميع أرجاء المركز. | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | ٢٧ | توفر موظفين لإدارة أمن المركز. | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | ٢٨ | توفر متخصصين في المرئيات والصوتيات. | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | ٢٩ | شهادة إدارة الجودة iso9001. | |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | ٣٠ | لدى المركز عضوية في المنظمات الدولية المتخصصة في مراكز المعارض والمؤتمرات. | <u>الجودة</u> |
| N/A | يوجد | - | - | لا يوجد | ٣١ | وجود نظام لقياس رضا المستفيدين (المستأجرين) | |



| الوزن | قياس المعيار | | | | المعيار | # | مناسبات |
|-------|---------------|-------------------|-------------------|-----------------|------------------------------------|---|---------|
| | ٤ | ٣ | ٢ | ١ | | | |
| N/A | $\geq 43,000$ | $\leq 42,999$ شخص | $\leq 16,999$ شخص | ≤ 1000 شخص | عدد الحضور. | ١ | |
| N/A | $\geq 36\%$ | $\leq 35\%$ | $\leq 20\%$ | $\leq 5\%$ | النسبة المئوية للحضور الدولي. | ٢ | |
| N/A | ≥ 500 | ≤ 499 | ≤ 299 | ≤ 50 | عدد العارضين. | ٣ | |
| N/A | $\geq 35\%$ | $\leq 34\%$ | $\leq 15\%$ | $\leq 4\%$ | النسبة المئوية للعارضين الدوليين. | ٤ | |
| N/A | $\geq 36,001$ | $\leq 36,000$ | $\leq 14,000$ | $\leq 2,000$ | مساحة العرض. | ٥ | |
| N/A | $\geq 7,001$ | $\leq 7,000$ | $\leq 2,000$ | ≤ 300 | عدد الحضور. | ٦ | |
| N/A | ≥ 101 | ≤ 100 | ≤ 50 | ≤ 10 | عدد المتحدثين. | ٧ | |
| N/A | $\geq 36\%$ | $\leq 35\%$ | $\leq 20\%$ | $\leq 5\%$ | النسبة المئوية للمتحدثين الدوليين. | ٨ | |
| N/A | $\geq 4,701$ | $\leq 4,700$ | $\leq 2,000$ | ≤ 500 | مساحة المؤتمر. | ٩ | |



| | | | | | | | |
|-----|---|---|----------------------------|-------------------------|--|----|---------------------------------|
| N/A | مستوى عالمي | مستوى قاري | مستوى اقليمي | مستوى محلي | الحملة التسويقية. | ١٠ | الحجم (تسويق) |
| N/A | قنوات التواصل الاجتماعي + التلفاز + البث المباشر | قنوات التواصل الاجتماعي + التلفاز | قنوات التواصل الاجتماعي | لا يوجد | التغطية الإعلامية. | ١١ | |
| N/A | يعد ضمن الأولويات البتروكيماويات- التعدين-السياحة والثقافة-الاتصالات وتقنية المعلومات-النقل والخدمات اللوجستية- الطاقة والمياه-الصحة- القطاعات الواعدة التجارة والاستثمار | - | - | لا يعد ضمن الأولويات | النشاط الاقتصادي (ذات الأولوية حسب رؤية السعودية ٢٠٣٠). | ١٢ | الأهمية الاستراتيجية |
| N/A | مستوى رئاسي | مستوى وزاري | - مستوى تنفيذي. - مؤثر. | لا يوجد مشارك بارز | الملف التعريفي للمشارك. | ١٣ | |
| N/A | معتمد | - | - | غير معتمد | اعتماد المعرض أو المؤتمر في المنظمات الدولية المتخصصة. | ١٤ | |
| N/A | مرة كل عام | مرة كل عامين | مرة كل ثلاثة أعوام | لا يوجد | تكرار المعرض أو المؤتمر محلياً. | ١٥ | |
| N/A | مرتين أو أكثر في العام | مرة كل عام | مرة كل عامين | لا يوجد | تكرار المعرض أو المؤتمر دولياً. | ١٦ | |



شرح معايير التصنيف:

| فئة التصنيف | القسم | المعيار | شرح المعيار |
|-----------------------|---------------|--|---|
| | الجودة | شهادة إدارة الجودة iso9001. | تلبية متطلبات المواصفة الدولية لإدارة الجودة iso9001. |
| | | قياس رضا المستفيدين. | وجود نظام إلكتروني فعال لقياس رضا كافة المستفيدين من المعرض أو المؤتمر. |
| | | شهادة إدارة الأحداث والمناسبات iso20121. | تلبية متطلبات المواصفة الدولية لإدارة الأحداث والمناسبات iso20121. |
| | | عضويات في منظمات دولية. | الانضمام لعضوية المنظمات الدولية المتخصصة في المعارض أو المؤتمرات. |
| | | عضويات في منظمات محلية. | الانضمام لعضوية المنظمات المحلية المتخصصة في المعارض أو المؤتمرات. |
| المنظمين | الخبرة | عدد سنوات العمل في نشاط تنظيم وإدارة المعارض والمؤتمرات. | سنوات العمل في نشاط تنظيم وإدارة المعارض والمؤتمرات حسب السجل التجاري. |
| | | عدد المعارض التي تم تنظيمها آخر سنتين. | عدد المعارض التجارية أو المعارض الخيرية أو المعارض الاستهلاكية أيأ كان حجمها التي قامت الشركة بتنظيمها بشكل مباشر وحصلت على ترخيصها من البرنامج الوطني للمعارض والمؤتمرات. |
| | | عدد المؤتمرات التي تم تنظيمها آخر سنتين. | عدد الملتقيات أو المؤتمرات أو الندوات أيأ كان حجمها التي قامت الشركة بتنظيمها بشكل مباشر وحصلت على ترخيصها من البرنامج الوطني للمعارض والمؤتمرات. |
| | | عدد المعارض أو المؤتمرات الدولية النوعية أو الكبيرة التي تم تنظيمها آخر سنتين. | عدد المعارض الدولية (التجارية أو المعارض الخيرية أو المعارض الاستهلاكية)، أو المؤتمرات (الملتقيات أو المنتديات أو الندوات) النوعية أو الكبيرة (حسب معاييرها المحددة في معايير المناسبات)، التي قامت الشركة بتنظيمها بشكل مباشر وحصلت على ترخيصها من البرنامج الوطني للمعارض والمؤتمرات. |
| معلومات الشركة | | رأس المال. | رأس المال المحدد في السجل التجاري. |
| | | الإيرادات المحلية. | إيرادات الشركة/ المؤسسة المباشرة من تنظيمها للمعارض أو المؤتمرات في السعودية. |
| | | الإيرادات الدولية. | إيرادات الشركة/ المؤسسة المباشرة من تنظيمها للمعارض أو المؤتمرات خارج السعودية. |
| | | عدد الموظفين العاملين بدوام كامل في السعودية. | اجمالي عدد الموظفين في الشركة المرتبطين بشكل مباشر في عمل تنظيم وإدارة المعارض والمؤتمرات. |



| | | | |
|--|--|-----------------------------|-----------------|
| نسبة الموظفين السعوديين من الغير سعوديين في الشركة المرتبطين بشكل مباشر في عمل تنظيم وإدارة المعارض والمؤتمرات. | نسبة الموظفين السعوديين. | | |
| إجمالي عدد المعارض المرخصة المخطط إقامتها في السنة القادمة. | عدد المعارض المرخصة المخطط إقامتها في السنة القادمة. | | |
| إجمالي عدد المؤتمرات المرخصة (الملتقيات، مؤتمرات، منتديات، ندوات) المخطط إقامتها خلال سنة ميلادية قادمة. | عدد المؤتمرات المرخصة المخطط إقامتها في السنة القادمة. | | |
| اجمالي مساحة أكبر قاعة في المركز. | مساحة العرض لأكبر قاعة. | المساحات المخصصة | المستضيف |
| إجمالي عدد المقاعد في أكبر قاعة مؤتمرات في المركز. | قاعة المؤتمرات بعدد المقاعد. | | |
| وجود منطقة تسجيل في المركز تعادل ٢٠% من مساحة أكبر قاعة عرض. | منطقة التسجيل. | | |
| وجود دورات مياه في المركز بما يعادل وحدة واحدة لكل ٥٠٠ متر مربع لأكبر قاعة في المركز. | دورات المياه. | | |
| وجود منطقة لتناول الطعام تعادل ٦٠% من مساحة أكبر قاعة عرض بالمركز. | منطقة الطعام. | | |
| وجود منطقة لأداء الصلاة تعادل ٢٥% من مساحة أكبر قاعة عرض بالمركز. | منطقة الصلاة. | | |
| توفر عدد مواقف سيارات يعادل موقف واحد لكل أربعة أشخاص. | مواقف السيارات. | | |
| وجود منطقة لمنظم مناسبة مجهزة بسعة لا تقل عن ٢٠ متر مربع. | منطقة المنظم ٢٠ متر مربع. | | |
| تخصيص مدخل للبضائع لكل ٥٠٠٠ متر مربع من أكبر قاعة عرض. | منطقة البضائع. | | |
| وجود منطقة أعمال مجهزة بالأدوات والأجهزة اللازمة. | منطقة الأعمال. | | |
| وجود منطقة إعلام مجهزة بالأدوات والأجهزة اللازمة. | منطقة الإعلام. | | |
| توفر الوسائل اللازمة لإمكانية الوصول الكاملة إلى أجزاء المركز الرئيسية لذوي الاحتياجات الخاصة (حركية – سمعية – بصرية). | ذوي الاحتياجات الخاصة. | الخدمات | |
| وجود وحدات تكييف كافية مع إمكانية التحكم المستقل لكل قاعة. | التحكم بالمناخ. | | |



| | | | |
|---|---|--|--|
| توفر مصدر للكهرباء، والماء، والانترنت، والهاتف لكل ٩ متر في مساحة العرض. | نقاط مصادر الطاقة. | | |
| إضاءة قابلة للتحكم بشكل مستقل لكل قاعة، وبها خاصية التخفيض حتى ٤٠٠ مل واط/م٢. | التحكم بالإضاءة. | | |
| توفر عزل بين القاعات كحد أدنى ٥٥ دي بي أي. | العزل. | | |
| ١-مقاعد منجدة باتساع ٦٠سم على الأقل. ٢-مساحة بين الصفوف لا تقل عن ٦٠ سم. ٣-وجود غرفة للترجمة. ٤-وجود غرفة للاستقبال. ٥-وجود جهاز عرض عالي الجودة. ٦-وجود غرفة إنتاج. ٧-وجود غرفة تبديل ملابس. ٨-وجود مسارات خاصة بذوي الإعاقة تمكنهم من صعود المسرح والتنقل في القاعة ببسر وسهولة. | مواصفات قاعة المؤتمرات. | | |
| توفر شبكة اتصال تغطي جميع أجزاء المركز. | شبكة اتصال. | | |
| توفر بوابة إلكترونية للمركز، تحتوي على تعريف بجميع الخدمات التي يقدمها المركز موضح بها تفاصيل المساحات والمميزات، ومرفق بها صور واضح لقاعات ومرافق المركز. | بوابة إلكترونية. | | |
| توفر نظام إلكتروني لخدمة العملاء وإدارة الحجوزات. | نظام خدمة عملاء. | | |
| توفر لدى المركز منهجية واضحة لرقابة الطاقة الاستيعابية أثناء تنفيذ المناسبات في المركز، وإجراءات محددة لإدارة الحشود. | نظام رقابة طاقة استيعابية. | | |
| ١- عروض أسعار مكتوبة. ٢- نظام شكاوى. ٣- كتيب مبيعات به نطاق المرافق مع المعلومات الفنية لكل غرفة أو قاعة. ٤- تعريف واضح للخدمات والمرافق مضمنه في عقد الحجز. | المبيعات. | | |
| وجود موظف مختص يساند المنظم اثناء تنفيذ المناسبة في المركز. | تفرغ مشرف مساندة اثناء تنفيذ المعرض أو المؤتمر. | | |
| ١- مسار مخصص لدخول وخروج مركبات النقل العام. ٢- مسار مخصص لدخول وخروج مركبات البضائع. ٣- مسار مخصص لدخول وخروج الزوار. | خدمات النقل. | | |



| | | | |
|--|--|----------------------|---------------------------|
| توفر عدد من الخدمات للزائر والمنظم مثل: (خدمات البريد، والنقل، والصرافة، والشحن، والضيافة، والسفر والسياحة، والهدايا التذكارية). توفر عدد من الخدمات للمنظم مثل: (مرئيات وصوتيات، إدارة حشود، إعلانات، أنظمة، بناء وتصميم اجنحة ... إلخ). | توفر مكاتب لمجموعة من شركات الدعم اللوجستي لمنظم المعرض أو المؤتمر. | | |
| وضع لافتات ارشادية إلكترونية على جميع قاعات ومرافق المركز، يتم التحكم بها مركزياً. | وجود لافتات ارشادية تغطي أرجاء المركز. | | |
| وجود موظفين مسؤولين عن أمن مداخل ومخارج المركز يتمتعون بالكفاءة اللازمة والأدوات اللازمة. | توفر موظفين لإدارة أمن المركز. | | |
| وجود موظفين متخصصين في الأجهزة المرئية والصوتية الخاصة بالقاعات. | توفر متخصصين في المرئيات والصوتيات. | | |
| تلبية متطلبات الموصفة الدولية لإدارة الجودة iso9001. | شهادة إدارة الجودة iso9001. | الجودة | |
| الانضمام لعضوية أحد المنظمات الدولية المتخصصة في مراكز المعارض والمؤتمرات. | لدى المركز عضوية في المنظمات الدولية المتخصصة في مراكز المعارض والمؤتمرات. | | |
| وجود نظام إلكتروني فعال لقياس رضا كافة المستفيدين من خدمات المركز. | وجود نظام لقياس رضا المستفيدين. | | |
| اجمالي عدد الحضور المتوقع للمعرض والمُعد له. | عدد الحضور. | الحجم (معرض) | المعارض والمؤتمرات |
| نسبة الزوار من خارج المملكة بمن هم من داخل المملكة. | النسبة المئوية للحضور الدولي. | | |
| مجموع عدد الشركات والمؤسسات المشاركة بجناح عرض في المعرض. | عدد العارضين. | | |
| نسبة الشركات والمؤسسات المشاركة بجناح في المعرض من خارج السعودية بمن هم من داخل السعودية. | النسبة المئوية للعارضين الدوليين. | | |
| مجموع المساحة المستأجرة لإقامة المعرض. | مساحة العرض. | | |
| اجمالي عدد الحضور المتوقع للمؤتمر والمُعد له. | عدد حضور المؤتمر. | الحجم (مؤتمر) | |
| اجمالي عدد المتحدثين في المؤتمر. | عدد المتحدثين. | | |
| نسبة المتحدثين من خارج المملكة بمن هم من داخل المملكة. | النسبة المئوية للمتحدثين الدوليين. | | |



| | | | |
|--|--|---------------------------------|--|
| مجموع المساحة المستأجرة للمؤتمر. (تشمل المعرض المصاحب إن وجد) | مساحة المؤتمر. | الحجم (تسويق) | |
| نطاق الحملة التسويقية للمعرض أو المؤتمر. | الحملة التسويقية. | | |
| المنصة المستخدمة للتغطية الإعلامية أثناء تنفيذ المعرض أو المؤتمر | التغطية الإعلامية. | الأهمية الاستراتيجية | |
| نوع النشاط الاقتصادي الذي يتعاطى جوانبه المعرض أو المؤتمر. | النشاط الاقتصادي المرتبط بالموضوع والمحتوى. | | |
| المستوى الإداري أو السياسي أو التأثيري للمشاركين (متحدثين، زوار، رعاة). | الملف التعريفي للمشارك. | | |
| لدى المعرض أو المؤتمر اعتماد في المنظمات الدولية المتخصصة بالمعارض أو المؤتمرات. | اعتماد المعرض أو المؤتمر في المنظمات الدولية المتخصصة. | | |
| معدل تكرار إقامة المعرض أو المؤتمر على المستوى المحلي. | تكرار المعرض أو المؤتمر محلياً. | | |
| معدل تكرار إقامة المعرض أو المؤتمر على المستوى الدولي. | تكرار المعرض أو المؤتمر دولياً. | | |

الفئات:



*سيتم تحديد مزايا لكل فئة في لائحة التصنيفات