

INFORMACJA PRASOWA PIPT z 25 sierpnia 2017 r.

Polska Izba Przemysłu Targowego przyjęła Słownik Pojęć Branży Targowej

Rada Polskiej Izby Przemysłu Targowego, pod kierownictwem Prezesa Przemysława Trawy (prezesa zarządu Międzynarodowych Targów Poznańskich), na posiedzeniu w Poznaniu w dniu 22 sierpnia 2017 r., przyjęła niezwykle ważny dokument: "[Słownik Pojęć Branży Targowej](#)". Ten nowy akt korporacyjny oficjalnie systematyzuje od lat stosowaną w polskiej branży targowej terminologię, która jednak, zdaniem ekspertów targowych Izby, była nieczytelna dla wielu interesariuszy przemysłu targowego - w tym dla władz ustawodawczych oraz mediów. Tym bardziej, że w prawodawstwie polskim brakuje uregulowań dla tej szczególnej branży gospodarki, jaką są targi i wystawy. Niewiele jest też literatury, która fachowo objaśnia czym są targi i jakie jest ich znaczenie. Dzięki przyjęciu i promocji "Słownika Pojęć Branży Targowej", PIPT ma nadzieję wyjaśnić wiele nieporozumień wokół prawidłowej interpretacji znaczenia najważniejszych definicji, takich jak m.in. definicja i klasyfikacja targów, pojęcie i kryteria dla obiektu targowego, definicja organizatora targów, przedsiębiorstwa usług targowych i wiele innych.

Niezrozumienie terminologii związanej z branżą targową i wystawienniczą, a także funkcji, jakie targi pełnią we współczesnej gospodarce, wielokrotnie było i jest nadal przyczyną nadużywania samego terminu „targi” przez nieprofesjonalnych organizatorów. Termin „targi” pojawia się co roku w Polsce w nazwach co najmniej kilkudziesięciu wydarzeń mających pewne cechy targów, lecz organizowanych przez różne firmy w nieodpowiednich warunkach lokalowych i oferujących niskiej jakości usługi dla klientów tych wydarzeń. To ogromnie deprecjonuje rangę targów w Polsce, cenionych przez wystawców i zwiedzających z kraju i zagranicy oraz rangę profesjonalnych organizatorów targów, obiektów targowo-konferencyjnych oraz dostawców usług związanych z organizacją targów, takich jak np. projektowanie i budowa stoisk targowych, transport, spedycja i logistyka targowa i inne.

W przeszłości kilka razy spotkał się także z niezrozumieniem definicji targowych i błędną interpretacją słowa „targi” przez polskie władze ustawodawcze, w związku z czym zmuszeni byliśmy podejmować działania lobbingsowe m.in. na etapie prac nowelizacyjnych nad ustawą o imprezach masowych, w 2006 roku. Tym staranniejsze było podejście Rady PIPT, złożonej z ekspertów targowych, do kwestii sformułowania pojęcia „targów” oraz definicji i kryteriów oceny „obektu targowego”. Rada postanowiła oprzeć się w tym zakresie o najnowsze stanowisko UFI - Światowego Stowarzyszenia Przemysłu Targowego, opublikowane w listopadzie 2016 r.

Należy podkreślić, że wypracowanie treści i przyjęcie Słownika Pojęć Branży Targowej jest zwieńczeniem jednego z etapów prowadzonych od kilku lat przez PIPT prac nad dobrymi praktykami branży targowej, które podjęte były z inicjatywy kol. Pawła Babija (prezesa zarządu firmy Interservis z Łodzi - organizatora targów) i realizowane pod jego kierunkiem.

Poniżej prezentujemy treść Słownika Pojęć Branży Targowej:

SŁOWNIK POJĘĆ BRANŻY TARGOWEJ

1. **Targi** - to wydarzenie gospodarcze, społeczne i kulturowe służące rozwojowi przedsiębiorstw, promocji gospodarczej towarów i usług oraz bezpośrednim relacjom międzyludzkim w biznesie; targi mają bezpośredni związek z rozwojem otwartej i zróżnicowanej gospodarki, pełnią ważną rolę w rozwoju regionów i kraju. Targi są miejscem bezpośrednich spotkań, odbywanych w ramach zorganizowanego rynku, regularnie, w ustalonym miejscu, w z góry określonym terminie początkowym oraz o ściśle określonym czasie trwania; uczestnikami targów są wystawcy i zwiedzający. Zadaniem targów jest umożliwienie wszystkim uczestnikom zaprezentowania wzorów produktów, towarów lub usług celem ich promocji oraz dokonania transakcji handlowych w przyszłości.
2. Ze względu na zasięg targi dzielimy na
 - a) **targi międzynarodowe** - to targi, które spełniają co najmniej jedno z następujących kryteriów:
 - liczba wystawców zagranicznych na tych targach stanowi przynajmniej 10% (dziesięć procent) liczby wystawców ogółem;
 - liczba zwiedzających zagranicznych lub ich wejść na tych targach stanowi przynajmniej 5% (pięć procent) liczby ogółem tych zwiedzających lub ich wejść;

Metody liczenia wystawców i zwiedzających określają standardy i definicje UFI - Światowego Stowarzyszenia Przemysłu Targowego. O spełnieniu kryteriów decyduje protokół z audytu danych statystycznych targów.

- b) **targi krajowe** - to targi, które nie spełniają żadnego z powyższych kryteriów.
 - c) **targi regionalne** - to targi, których wystawcy pochodzą z jednego lub sąsiednich regionów geograficznych.
3. **Działalność targowa** - profesjonalna działalność usługowa polegająca na organizacji targów w obiektach targowych, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły.
 4. **Organizator targów** - osoba fizyczna lub prawna zajmująca się organizacją targów.
 5. **Współorganizator targów** - osoba fizyczna lub prawna, która na mocy umowy z organizatorem przejmuje od niego niektóre prawa i obowiązki organizatora, figurująca w oficjalnej informacji dotyczącej danych targów.
 6. **Operator obiektu (kompleksu) targowego** - osoba fizyczna lub prawna posiadająca stałe lub czasowe prawo do zarządzania obiektem spełniającym wymogi organizowania targów oraz udostępniania go osobom trzecim w celu organizacji targów.
 7. **Przedstawiciel targów** - osoba fizyczna lub prawna dokonująca czynności cywilno-prawnych w imieniu organizatora targów w granicach otrzymanego upoważnienia.
 8. **Agent targów** - osoba fizyczna lub prawna będąca pośrednikiem działającym w przemyśle targowym, kojarząca kontrahentów z organizatorami targów lub dostawcami usług targowych.
 9. **Obiekt (kompleks) targowy** - to budynek lub kompleks budynków i budowli zbudowanych z przeznaczeniem na organizację wydarzeń (eventów), w którym mogą odbywać się targi i wystawy i który oferuje uznane w branży wysokiej jakości usługi dla targów kontraktacyjnych (B2B) oraz targów konsumenckich (B2C), w którym także mogą odbywać się innego typu wydarzenia z branży spotkań (*podstawa: definicja obiektu targowego przyjęta przez UFI, listopad 2016 r.*).

Hotele, obiekty użyteczności publicznej, obiekty sportowe, parki i konstrukcje tymczasowe nie są traktowane jako obiekty targowe, nawet jeśli odbywają się w nich targi (*podstawa: stanowisko UFI, listopad 2016 r.*).

Lista istotnych kryteriów dla oceny obiektu targowego stanowi załącznik do Słownika Pojęć Branży Targowej.

10. **Teren targów** - przestrzeń, na której odbywają się targi oraz teren jej towarzyszący (parkingi, drogi), immanentnie związany z targami.
11. **Całkowita powierzchnia targowa netto (targów / wydarzenia targowego)** - powierzchnia ogółem zajmowana przez wydarzenie targowe (zarówno kryta jak i otwarta), podawana w metrach kwadratowych, którą stanowi suma:
 - a) powierzchni zajętej przez wystawców na podstawie umów cywilnoprawnych oraz faktycznie zajmowanej przez wystawców przez cały czas trwania targów,
 - b) powierzchni dodatkowo udostępnionej wystawcom na podstawie innych umów cywilnoprawnych, dostępnej także dla zwiedzających przez cały czas trwania targów oraz
 - c) specjalnej powierzchni pokazowej, nieprzypisanej konkretnemu wystawcy, a służącej prezentacjom, demonstracjom towarów będących w ruchu i podobnych przedsięwzięć związanych tematycznie z odbywającymi się targami.
12. **Powierzchnia targowa brutto (targów / wydarzenia targowego)** - suma całkowitej powierzchni targowej netto wraz z powierzchnią sąsiadujących przejść i foyer oraz pomocniczych powierzchni usługowych.
13. **Wystawca** - podmiot, który wynajmuje określoną powierzchnię otwartą lub krytą na podstawie umowy cywilnoprawnej (zawartej z organizatorem targów) w celu prezentacji oferty handlowej, występujący w imieniu własnym lub na rzecz innego przedsiębiorcy, przez cały czas trwania targów. Wystawca może być krajowy lub zagraniczny:
 - a) **wystawca krajowy** - to wystawca, który w formularzu zgłoszenia udziału w targach deklaruje swoją siedzibę na terenie Rzeczypospolitej Polskiej,
 - b) **wystawca zagraniczny** - to wystawca, który w formularzu zgłoszenia udziału w targach deklaruje swoją siedzibę poza terenem Rzeczypospolitej Polskiej.
14. **Współwystawca** - podmiot, który za wiedzą i zgodą wystawcy oraz po rejestracji swojej obecności u organizatora targów współużytkuje z wystawcą stoisko targowe oraz prezentuje własne towary lub usługi przy pomocy własnego personelu.

15. **Stoisko targowe** - przestrzeń przypisana konkretnemu wystawcy oraz wydzielona na podstawie umowy cywilnoprawnej zawartej z organizatorem targów.
16. **Przedsiębiorca usług targowych** - osoba fizyczna lub prawna świadcząca profesjonalne usługi związane z udziałem w targach, w szczególności takie jak:
- projektowanie i aranżacja przestrzeni targowej,
 - budowa, wyposażenie stoisk targowych,
 - budowa przenośnych hal targowych,
 - transport, spedycja i logistyka
 - wynajem i serwis sprzętu (IT, AV, oświetlenia, itp.)
 - media, reklama, promocja,
 - digital services,
 - tłumaczenia,
 - wynajem ochrony,
 - catering;
 - wynajem dodatkowej obsługi i inne.
17. **Zwiedzający** - rozumie się przez to osobę fizyczną, która posiada prawo wstępu na targi. Zwiedzających dzielimy na:
- konsumentów - osoby fizyczne odwiedzające targi nie związane bezpośrednio ze swoją działalnością gospodarczą lub zawodową.
 - zwiedzających profesjonalnych - osoby fizyczne odwiedzające targi związane bezpośrednio ze swoją działalnością gospodarczą lub zawodową.

Lista istotnych kryteriów PIPT dla oceny obiektu targowego:

- Podstawowe informacje i parametry techniczne obiektu:
 - powierzchnia wystawiennicza (tzw. targowa brutto) obiektu,
 - wysokość obiektu,
 - liczba kondygnacji,
 - wejścia - ich liczba, wysokość i szerokość,
 - windy towarowe - ich parametry (maksymalny udźwig w kg, szerokość, głębokość i wysokość),
 - windy osobowe - ich parametry (maksymalny udźwig w kg, liczba osób),
 - rodzaj posadzki,
 - nośność podłóg (w kpa),
 - przestrzeń bezstłopowa,
 - przepusty instalacji w podłodze,
 - maksymalna możliwa wysokość podwieszonych w obiekcie,
 - dopuszczalne obciążenie stropów,
 - możliwość i parametry doprowadzenia mediów do stoisk wystawców (energii elektrycznej, wody, sprężonego powietrza, instalacji grzewczo - chłodzącej, internetu przewodowego i bezprzewodowego),
 - czy obiekt jest klimatyzowany,
 - przystosowanie obiektu do potrzeb osób niepełnosprawnych,
 - systemy kontroli rejestracji dostępu (wjazdy, wejścia);
- Regulamin obiektu i czynniki bezpieczeństwa:
 - dostępny regulamin obiektu, zawierający: przepisy techniczne i porządkowe, warunki techniczne obiektu, przepisy dotyczące budowy stoisk targowych, bezpieczeństwa przeciwpożarowego, bezpieczeństwa pracy, zasady komunikacji w obrębie obiektu targowego, bezpieczeństwa wystawców i zwiedzających, ochrony środowiska;
 - funkcjonujące systemy monitoringu,
 - punkt medyczny (stały, czasowy),
 - posterunek policji (stały, czasowy);
- Usługi w obiekcie dostępne dla wystawców:
 - usługi projektowania i budowy stoisk,
 - usługi transportu i przeladunku (załadunku, rozładunku),
 - usługi składowania / magazynowania,
 - ochrona stoisk,
 - sale spotkań / konferencyjne z infrastrukturą teleinformatyczną,
 - gastronomia stała / czasowa;

- komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna - dostępne w języku polskim i międzynarodowym (np. j. angielskim): strona internetowa; informacje techniczne, plany powierzchni, udogodnienia, przepisy obowiązujące w obiekcie, informacje nt. dostępnych usług, materiały promocyjne dot. obiektu);

4. Dostępność komunikacyjna obiektu:

- parking / parkingi - liczba miejsc parkingowych (dla samochodów osobowych, autobusów),
- dostępność środków komunikacji:
 - odległość od lotniska,
 - odległość od dworca kolejowego,
 - odległość od przystanków komunikacji miejskiej,
 - dostępność taxi.

Źródło: Polska Izba Przemysłu Targowego, wrzesień 2017 r.

O Polskiej Izbie Przemysłu Targowego

Polska Izba Przemysłu Targowego, założona w 1993 roku, jest jedyną ogólnopolską organizacją - izbą gospodarczą, zrzeszającą przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w przemyśle targowym. Członkowie Polskiej Izby Przemysłu Targowego reprezentują przekrój wszystkich graczy rynku targowego. Są to przede wszystkim; organizatorzy targów, operatorzy obiektów targowo - konferencyjnych w Polsce, przedsiębiorstwa oferujące usługi w zakresie projektowania, budowy i wyposażania stoisk targowych oraz transportu i spedycji targowej, organizatorzy wystąpień polskich firm w targach za granicą oraz przedstawicielstwa targów zagranicznych w Polsce. Do Izby należą również firmy z branży reklamy i marketingu, media, przedsiębiorstwa gastronomiczne i firmy oferujące bazę noclegową.

Cztery podstawowe obszary działania objęte programem działania Polskiej Izby Przemysłu Targowego to: lobbiny, działania na rzecz integracji środowiska targowego, promocja targów - rozumiana szeroko - w tym działalność wydawnicza, edukacja w zakresie marketingu targowego, promowanie etycznych działań biznesowych w branży i działań na rzecz zrównoważonego rozwoju.

Misją Polskiej Izby Przemysłu Targowego jest: służyć jako wszechstronna platforma współpracy wszystkich uczestników rynku targowego w Polsce, tworzyć skuteczną płaszczyznę działań lobbiny na rzecz polskiego przemysłu targowego, promować udział w targach i wystawach jako skuteczny element strategii marketingowej i komunikacyjnej przedsiębiorstw, działać na rzecz podniesienia standardów usług targowych oferowanych przez członków, w tym na rzecz wiarygodnych, transparentnych statystyk targowych, oferować uczestnikom rynku targowego możliwości w zakresie edukacji targowej i biznesu, działać na rzecz integracji członków i ich identyfikacji ze środowiskiem oraz wypracowania motywacji do wspólnego działania i takiej kultury współpracy, aby pomnażała i chroniła interesy gospodarcze członków Izby.

Polska Izba Przemysłu Targowego jest członkiem Krajowej Izby Gospodarczej. Od 1996 roku PIPT jest aktywnym członkiem UFI - Światowego Stowarzyszenia Przemysłu Targowego oraz prowadzi intensywną współpracę z CENTREX - Międzynarodowym Związkiem Statystyk Targowych, zrzeszającym największych organizatorów targów z Europy Środkowowschodniej, z AUMA - Stowarzyszeniem Niemieckiego Przemysłu Targowego oraz wieloma innymi zagranicznymi organizacjami przemysłu targowego.

Kontakt:

Marzenna Łukaszewicz, Dyrektor Biura PIPT; tel. +48 61 866 15 32; m.lukaszewicz@polfair.pl

Polska Izba Przemysłu Targowego, ul. Bukowska 12, 60-819 Poznań, www.polfair.pl ; www.targiwpolisce.pl