

RAPORT POLSKIEJ IZBY PRZEMYSŁU TARGOWEGO

TARGI W POLSCE W 2024 ROKU

TARGI DAJĄ WIĘCEJ

Słowo wstępu od Prezesa Rady

Tomasz Kobierski

Prezes Rady
Polskiej Izby Przemysłu Targowego
Prezes zarządu, Grupa MTP



Drodzy Państwo, Szanowni Czytelnicy!

Z ogromną przyjemnością przekazuję w Państwa ręce kolejną edycję Raportu dotyczącego branży targowej w Polsce – opracowania, które wnikliwie podsumowuje miniony rok oraz wskazuje najważniejsze trendy, wyzwania i możliwości rozwoju, jakie czekają nas w 2025 roku.

Polska branża targowa nieustannie się rozwija, skutecznie umacniając swoją pozycję na arenie europejskiej i światowej. Po okresie wyzwań związanych z pandemią COVID-19, obserwujemy znaczne ożywienie i powrót branży do wzmożonej aktywności. Polskie obiekty wystawiennicze ponownie stały się miejscem spotkań o globalnym znaczeniu, przyciągając liczne grono międzynarodowych wystawców i gości. Rodzimi organizatorzy konsekwentnie udowadniają swoją gotowość do realizacji wydarzeń na najwyższym światowym poziomie – zarówno pod względem organizacyjnym, jak i technologicznym.

W 2024 roku szczególnego znaczenia nabiera wielofunkcyjność targów jako przestrzeni łączącej biznes, edukację i kulturę. Coraz mocniej dostrzegamy ich rolę w kształtowaniu trendów rynkowych oraz wzmacnianiu współpracy pomiędzy różnymi sektorami gospodarki. Dynamiczne zmiany, przed jakimi stoi współczesny rynek, stwarzają konieczność elastycznego i kreatywnego podejścia, które polska branża targowa z sukcesem wciela w życie, pomimo wyzwań ekonomicznych takich jak inflacja czy niestabilność gospodarcza.

Zapraszam do lektury Raportu, który dostarcza cennych informacji o kondycji i przyszłości branży. Mam nadzieję, że stanie się on źródłem inspiracji i wiedzy dla wszystkich, którym bliska jest idea targów jako siły napędowej gospodarki.

Spis treści

- 02 | Słowo wstępu od Prezesa Rady
- 03 | Spis treści
- 04 | Polski rynek targowy
- 05 | Silna pozycja Polski jako centrum targowego Europy Środkowo-Wschodniej
- 06 | Targi w Polsce w latach 2021-2024
- 07 | Przemysł spotkań i wydarzeń - Polska jako atrakcyjna destynacja dla międzynarodowych wydarzeń
- 08 | Dane statystyczne targów w podziale na miasta
- 15 | Rola targów w rozwoju gospodarczym miast
- 18 | Dane statystyczne targów wg branż
- 25 | Targi w liczbach
- 27 | Siła spotkań twarzą w twarz w cyfrowej erze
- 30 | Polskie obiekty targowe
- 35 | Polska branża targowa na arenie międzynarodowej
- 37 | Adaptacja branży do zmieniających się oczekiwań odbiorców
- 38 | Od trendów do przyszłości - dokąd zmierza branża?
- 42 | Trendy w projektowaniu i marketingu targowym
- 43 | Działania Polskiej Izby Przemysłu Targowego
- 44 | Znaki z certyfikacją Polskiej Izby Przemysłu Targowego
- 44 | Branżowy Konkurs Ekspozycja Roku
- 45 | Monter Expo - wspólna inicjatywa oświaty i biznesu dla branży targowej
- 47 | O nas
- 47 | Lista członków PIPT

Polski rynek targowy

Polski rynek targowy w 2024 roku

Branża targowa w Polsce od lat odgrywa ważną rolę w budowaniu relacji biznesowych, wspieraniu rozwoju gospodarki oraz promowaniu innowacji. Targi i wydarzenia wystawiennicze stanowią jeden z najskuteczniejszych kanałów marketingowych, umożliwiając bezpośredni kontakt między producentami, usługodawcami, dystrybutorami i klientami.

Ostatnie lata przynoszą dynamiczny rozwój infrastruktury targowej w Polsce. Największe ośrodki, takie jak Międzynarodowe Targi Poznańskie, Targi Kielce, Targi w Krakowie czy AmberExpo w Gdańsku, konsekwentnie inwestują w modernizację swoich obiektów i dostosowanie ich do rosnących potrzeb wystawców oraz odwiedzających. Polska branża targowa przyciąga coraz więcej międzynarodowych wydarzeń, a rodzime firmy zajmujące się projektowaniem i budową stoisk zdobywają coraz większe uznanie na rynkach zagranicznych.

Targi to nie tylko przestrzeń ekspozycyjna – to miejsce wymiany wiedzy, doświadczeń oraz kreowania trendów w różnych sektorach gospodarki. Branża targowa, jako istotny element ekosystemu biznesowego, pozostaje jednym z filarów gospodarki i skutecznym narzędziem promocji zarówno dla polskich, jak i zagranicznych przedsiębiorstw.

W 2024 roku polski rynek targowy kontynuuje rozwój, notując wzrost aktywności po okresie pandemii COVID-19. Rozbudowywana i modernizowana infrastruktura oraz wysoki poziom organizacji największych krajowych ośrodków wystawienniczych, takich jak Międzynarodowe Targi Poznańskie, Targi Kielce, Targi w Krakowie oraz AmberExpo w Gdańsku, przyczyniły się do znaczącego podniesienia jakości oraz atrakcyjności organizowanych wydarzeń, sprawiając, że Polska coraz skuteczniej przyciąga prestiżowe wydarzenia o charakterze międzynarodowym, co wzmacnia jej pozycję jako ważnego centrum targowego w Europie Środkowo-Wschodniej.

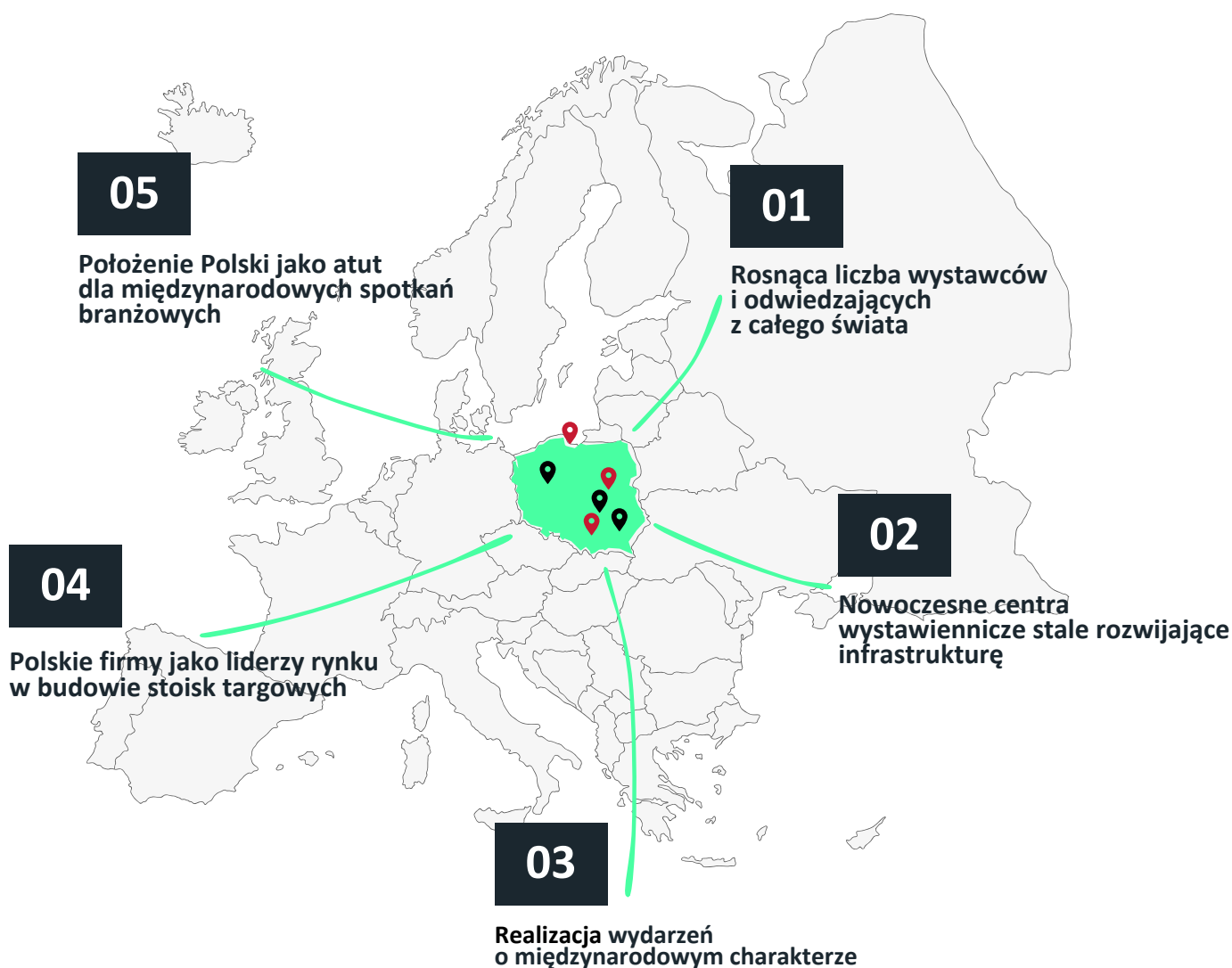


W dobie powszechnej cyfryzacji warto podkreślić, że bezpośrednie spotkania twarzą w twarz pozostają niezastąpionym narzędziem w budowaniu trwałych, wartościowych relacji biznesowych – opartych na zaufaniu i modelu human-to-human.

Silna pozycja Polski jako centrum targowego Europy Środkowo-Wschodniej

Polska konsekwentnie umacnia swoją pozycję jako ważny punkt na europejskiej mapie targowej, szczególnie w regionie Europy Środkowo-Wschodniej. Decydują o tym nie tylko dogodna lokalizacja czy nowoczesna infrastruktura, ale także rosnący poziom profesjonalizacji branży oraz coraz częściej doceniana kreatywność polskich organizatorów wydarzeń targowych.

Wzrastająca z roku na rok liczba międzynarodowych kongresów i konferencji towarzyszących targom sprawia, że Polska jest postrzegana jako atrakcyjne miejsce do realizacji kompleksowych wydarzeń biznesowych, których oddziaływanie wykracza daleko poza lokalny rynek.



Targi w Polsce w latach 2021 - 2024

Targi są istotnym narzędziem budowania relacji biznesowych i wsparcia gospodarczego, a ich znaczenie znajduje odzwierciedlenie w liczbach. Poniżej prezentujemy zestawienie obrazujące skalę polskiego rynku targowego w 2024 roku, uwzględniające liczbę wydarzeń, powierzchnię ekspozycyjną, a także frekwencję wystawców i zwiedzających. Dane te jasno pokazują znaczenie sektora targowego dla krajowej gospodarki oraz jego międzynarodowy zasięg

Kryteria	2021	2022	2023	2024
Liczba targów	73	123	121	129
Całkowita wynajęta powierzchnia targowa (m kw.)	395 690	539 965	704 428	702 222
Liczba wystawców ogółem	6786	13 973	16 989	17 786
Liczba wystawców międzynarodowych	1 508	2 750	3 799	4 244
Liczba zwiedzających	436 429	894 123	1 229 237	1 387 749

*Dane uwzględniają wyłącznie statystyki targów w Polsce, poddane audytowi CENTREX - Międzynarodowemu Związkiowi Statystyk Targowych

Analizując podstawowe statystyki za rok 2024, obserwujemy wzrost liczby targów w stosunku do roku 2023 o 6,6%, ze 121 do 129 wydarzeń. Całkowita wynajęta powierzchnia targowa w 2024 roku utrzymała się na podobnym poziomie – minimalnie spadła do 702 222 m² (o 0,3% mniej niż w roku poprzednim, kiedy wynosiła 704 428 m²).

W zakresie liczby wystawców kontynuowany jest wzrost – łącznie było ich o 4,7% więcej niż rok wcześniej (17 786 w 2024 wobec 16 989 w 2023). Zauważalny jest również istotny wzrost liczby wystawców międzynarodowych – zwiększyła się ona o 11,7%, z 3 799 w 2023 do 4 244 w 2024 roku.

Warto podkreślić stabilny wzrost zainteresowania zwiedzających – w roku 2024 targi odwiedziło 1 387 749 osób, co oznacza wzrost o 12,9% względem roku poprzedniego (1 229 237 osób w roku 2023). Dane te potwierdzają rosnącą dynamikę i atrakcyjność polskiego rynku targowego dla krajowych i zagranicznych wystawców oraz zwiedzających.



Targi Poznań Motor Show, fot. Piotr Pasieczny | Fotobuena / Grupa MTP

Przemysł spotkań i wydarzeń - Polska jako atrakcyjna destynacja dla międzynarodowych wydarzeń

Jakie znaczenie ma przemysł spotkań i wydarzeń dla rozwoju turystyki biznesowej w Polsce? Jakie działania podejmuje Polska Organizacja Turystyczna, aby wspierać i promować Polskę jako atrakcyjną destynację dla międzynarodowych targów, konferencji i eventów?

“Przemysł spotkań w Polsce przeszedł znaczną transformację, przekształcając się z niszowego sektora w ważny element gospodarki narodowej. Jest to wynik wieloletnich starań oraz strategicznych inwestycji, które umożliwiły rozwój tej branży na niespotykaną dotąd skalę. Znaczny wpływ na tę transformację miała również akcesja Polski do Unii Europejskiej, która przyspieszyła powstanie szeregu kluczowych inwestycji i umożliwiła naszemu krajowi lepszy dostęp do funduszy strukturalnych, wspierających rozwój infrastruktury oraz organizację międzynarodowych wydarzeń. Przemiany te, w połączeniu z otwartością na międzynarodowy rynek, przyczyniły się do dynamicznego wzrostu i profesjonalizacji branży, która stała się jednym z filarów rozwoju turystyki biznesowej w Polsce.



Rafał Szmytke
Prezes
Polskiej Organizacji Turystycznej

Jednym z kluczowych elementów tej transformacji było powstanie nowoczesnych obiektów konferencyjnych i wystawienniczych, które odpowiadają na rosnące potrzeby organizatorów wydarzeń. Dodatkowo, powołanie miejskich i regionalnych convention bureaux stanowiło istotny krok w kierunku profesjonalizacji i lepszej koordynacji organizacji wydarzeń w Polsce. Dziś obok Poland Convention Bureau, które zostało powołane w 2002 roku, funkcjonuje 14 biur w różnych częściach kraju, co pozwala na bardziej skuteczne i efektywne przyciąganie międzynarodowych wydarzeń do Polski. Spotkania i wydarzenia pozwalają nie tylko na wymianę wiedzy i doświadczeń, ale także oferują uczestnikom możliwość poznania lokalnej kultury, tradycji oraz kuchni, co stanowi nieodzowną część doświadczenia organizowanego w danym miejscu wydarzenia. Tego rodzaju spotkania mają także istotne znaczenie z punktu widzenia rozwoju zrównoważonego turystyki, gdzie dbałość o ekologię, lokalność i odpowiedzialność społeczną stają się priorytetami.

Nawiązując do międzynarodowych spotkań stowarzyszeń, warto zwrócić uwagę na doskonały wynik Polski w Raporcie ICCA 2023 (International Congress and Convention Association), który został przygotowany na podstawie danych zebranych z niemal 10 000 spotkań zorganizowanych na całym świecie. Raport ten, przygotowany w 2024 z udziałem członków ICCA, w tym Polskiej Organizacji Turystycznej oraz polskich partnerów przemysłu spotkań, po raz kolejny potwierdza rosnącą rolę Polski w globalnym przemyśle spotkań. Zajmując 17. miejsce, Polska odnotowała najlepszy wynik w swojej historii, awansując o sześć miejsc w porównaniu do poprzedniego raportu, kiedy to plasowała się na 23. pozycji. W 2023 roku w Polsce zorganizowano 179 międzynarodowych spotkań stowarzyszeń, co stanowi znaczący wzrost w porównaniu do lat ubiegłych. To bez wątpienia odzwierciedla skuteczność działań podejmowanych na poziomie krajowym w zakresie promocji Polski jako miejsca organizacji wydarzeń międzynarodowych.

Życzę Państwu dalszych sukcesów, ciągłego rozwoju oraz nawiązywania nowych, owocnych kontaktów biznesowych, które będą miały realny wpływ na pozyskiwanie i organizowanie kolejnych międzynarodowych spotkań i wydarzeń w Polsce. Wierzę, że nasz kraj stanie się jeszcze bardziej widoczny na globalnej mapie przemysłu spotkań, a wspólne działania przyczynią się do dalszego umacniania jego pozycji na arenie międzynarodowej”.

Dane statystyczne targów w podziale na miasta

Poniższe zestawienie przedstawia szczegółowe dane dotyczące liczby targów, powierzchni wystawienniczej, liczby wystawców oraz zwiedzających w podziale na miasta. Pozwala ono na przejrzyste porównanie aktywności targowej w poszczególnych regionach Polski i branżach w 2024 roku.

Dane statystyczne targów WEDŁUG MIAST

Targi Exhibitions	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total net exhibition space in sq. m.			Powierzchnia specjalna pokazowa Special show area	Wystawcy Exhibitors		Zwiedzający Visitors	Organizator Organizer
	Ogółem / Total	Kryta/ indoor	Otwarta / outdoor		Ogółem Total	W tym międzynarodowi/ Including international		
Bednary (PL)								
AGROSHOW	130835	462	130373	20000	669	99	78832	PIGMIUR
Bielsko-Biała (PL)								
ENERGETAB	15056	8566	6490	0	475	100	17256	ZIAD
Bydgoszcz								
INNOFORM	1323	1323	0	187	100	28	2723	Targi w Krakowie
Gdańsk								
AMBERIF* SPRING	2983	2983	0	639	233	70	4728	MTG
AMBERIF* AUTUMN	1493	1493	0	516	131	49	1630	MTG
INTERNATIONAL ARCHITECTURE FAIR	907	907	0	540	54	14	794	Targi w Krakowie
Karpacz								
KRIO KARPACZ	2588	2588	0	0	111	12	934	Grupa MTP
Katowice								
DREMASILESIA	1156	1156	0	0	38	1	626	Grupa MTP
Kielce								
3D PRINTING DAYS	1033	1033	0	0	36	6	incl. in Stom-TOOL	Targi Kielce
FESTIWAL WĘDKARSTWA I SURVIVALU	1912	1912	0	115	113	3	5006	Targi Kielce
AGROTECH	35848	31933	3915	0	382	59	66426	Targi Kielce
AUTOSTRADA NOWA INFRASTRUKTURA	2358	1197	1161	3640	54	7	2751	Targi Kielce
CONTROL-STOM	896	896	0	0	38	10	incl. in Stom- TOOL	Targi Kielce

Dane statystyczne targów WEDŁUG MIAST

Targi Exhibitions	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total net exhibition space in sq. m.			Powierzchnia specjalna pokazowa Special show area	Wystawcy Exhibitors		Zwiedzający Visitors	Organizator Organizer
	Ogółem / Total	Kryta/ indoor	Otwarta / outdoor		Ogółem Total	W tym międzynarodow/ Including international		
Kielce (PL)								
CONTROL-TECH	488	488	0	88	24	3	incl. in METAL	Targi Kielce
DACH FORUM	9136	8938	189	1451	143	13	1400	Targi Kielce
WYSTAWA PSÓW	501	491	10	5327	41	0	7852	Targi Kielce
DOM OGROD I TY	3129	2079	1050	0	91	0	10129	Targi Kielce
DUB IT	2125	1738	387	6000	57	10	19019	Targi Kielce
INTRAMAG	438	438	0	0	24	8	1245	Targi Kielce
INPACK	921	921	0	60	30	1	incl. in Intramag	Targi Kielce
EXPO SURFACE	1602	1602	0	0	48	31	incl.in stom- TOOL	Targi Kielce
EKOTECH	2331	2331	0	150	78	1	2193	Targi Kielce
ENEX	17954	17059	895	120	374	199	23149	Targi Kielce
FUTURE PRIVATE LABELS	763	763	0	300	82	27	430	Targi Kielce
HOLEXPO	1470	1350	120	120	21	6	incl. in Transexpo	Targi Kielce
KIDS' TIME *	9784	9784	0	0	287	99	3863	Targi Kielce
KIELCE FLUID POWER	163	163	0	0	13	1	incl.in Stom- TOOL	Targi Kielce
LAS EXPO	5081	935	4041	0	48	9	incl. In AGROTECH	Targi Kielce
MBKR	276	276	0	662	43	0	275	Targi Kielce
METAL*	2232	2232	0	250	196	134	2064	Targi Kielce
MSPO*	34943	20858	14058	410	748	425	27800	Targi Kielce
NECROEXPO	3409	3193	216	246	127	21	2241	Targi Kielce

Dane statystyczne targów WEDŁUG MIAST

Targi Exhibitions	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total net exhibition space in sq. m.			Powierzchnia specjalna pokazowa Special show area	Wystawcy Exhibitors		Zwiedzający Visitors	Organizator Organizer
	Ogółem / Total	Kryta/ indoor	Otwarta / outdoor		Ogółem Total	W tym międzynarodowi/ Including international		
Kielce								
KRAJOWA WYSTAWA GOŁĘBI	7638	7638	0	40	601	2	4942	Targi Kielce
POLSECURE	3853	3181	672	5636	142	21	3945	Targi Kielce
PLASTPOL*	15126	15062	63	0	568	381	8585	Targi Kielce
PSB	9630	9519	111	0	297	21	1400	Targi Kielce
SACROEXPO	3986	3946	40	934	214	33	2994	Targi Kielce
STOM-TOOL, STOM- BLECH&CUTTING, STOM-LASER, STOM- ROBOTICS, WIRTOPROCESY, SPAWALNICTWO, FIX	17820	19820	0	0	437	219	18251	Targi Kielce
TRANSEXPO	8176	7607	569	0	110	53	4686	TargiKielce
TARGI ŚLUBNE	312	312	0	118	56	0	1000	Targi Kielce
Kraków								
BEAUTY FORUM 46.LINE CONGRESS	1837	1837	0	1451	145	0	5200	Beauty In
BEAUTY FORUM 47.LINE CONGRESS	2068	2068	0	1667	169	0	5700	Beauty In
BOOKGAME	1267	1267	0	4441	114	4	11858	Targi w Krakowie
MIĘDZYNARODOWE TARGI KSIĄŻKI	4003	4003	0	4583	488	16	60888	Targi w Krakowie
CAVALIADA KRAKÓW	902	902	0	2450	65	1	13636	Grupa MTP
ENOEXPO*	553	553	0	636	95	47	incl.in HORECA	Targi w Krakowie
FASTENER	1469	1469	0	80	138	131	2856	Targi w Krakowie
HORECA */GASTROFOOD	1880	1880	0	525	137	27	10022	Targi w Krakowie
HUNT EXPO	2230	2230	0	334	150	12	8694	Targi w Krakowie
KOMPOZYT-EXPO	802	802	0	296	84	41	2108	Targi w Krakowie
KRAKDENT *	5130	5075	60	1055	341	103	10811	Targi w Krakowie

Dane statystyczne targów WEDŁUG MIAST

Targi Exhibitions	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total net exhibition space in sq. m.			Powierzchnia specjalna pokazowa Special show area	Wystawcy Exhibitors		Zwiedzający Visitors	Organizator Organizer
	Ogółem / Total	Kryta/ indoor	Otwarta / outdoor		Ogółem Total	W tym międzynarodowi/ Including international		
Kraków								
KRAKÓW INTERNATIONAL ARCHITECTURE (KIAF)	1013	1013	0	542	68	11	819	Targi w Krakowie
PACKAGING INNOVATIONS	461	461	0	530	35	8	2358	Targi w Krakowie
SYMAS/ MAINTENANCE	1950	1950	0	136	155	42	2472	Targi w Krakowie
TUNING SHOW EXPO	4622	4466	156	16843	205	2	9854	Targi w Krakowie
Lublin (PL)								
AGRO-PARK	6968	6894	74	0	98	0	15175	Targi Lublin
TARGI EDUKACYJNE	884	800	0	60	102	1	14009	Targi Lublin
ENERGETICS	2117	2113	4	398	110	15	4568	Targi Lublin
KIDS POLAND	235	235	0	191	33	0	15449	Targi Lublin
LTPR	438	398	40	212	39	0	4487	Targi Lublin
LUBDOM	1531	1474	57	238	72	0	7254	Targi Lublin
LUBWET	175	175	0	12	23	0	384	Targi Lublin
MOTO SESSION	3545	3535	10	6012	49	0	12290	Targi Lublin
ONA & ON	903	903	0	170	88	1	2389	Targi Lublin
ZOOPARK JESIEŃ	178	178	0	4494	15	0	15449	Targi Lublin
ZOOPARK	160	160	0	4154	12	1	20675	Targi Lublin
Poznań (PL)								
FESTIWAL KŁOCKÓW	430	430	0	2659	21	0	16258	Grupa MTP
BUDMA*	13056	13056	0	1212	551	170	19811	Grupa MTP
CARAVANS SALON POLAND	22483	22483	0	8235	142	23	31279	Grupa MTP
CAVALIADA POZNAŃ	1760	1760	0	7290	92	4	20782	Grupa MTP

Dane statystyczne targów WEDŁUG MIAST

Targi Exhibitions	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total net exhibition space in sq. m.			Powierzchnia specjalna pokazowa Special show area	Wystawcy Exhibitors		Zwiedzający Visitors	Organizator Organizer
	Ogółem / Total	Kryta/ indoor	Otwarta / outdoor		Ogółem Total	W tym międzynarodowi/ Including international		
Poznań (PL)								
CLEANING EXPO	1473	1423	50	692	70	9	1545	Grupa MTP
COMMON FUTURE REBUILD UKRAINE CONGRESS	148	148	0	756	9	1	613	Grupa MTP
DREMA*	20426	16322	4104	0	394	91	7446	Grupa MTP
TARGI EDUKACYJNE TARGI KSIĄŻKI	5658	5658	0	3132	417	13	59532	Grupa MTP
EURO TARGET SHOW	5751	5735	16	142	140	8	10167	Grupa MTP
EXPOPOWER	376	376	0	192	16	2	incl in Instalacje	Grupa MTP
FESTIWAL PREZENTÓW	775	775	0	0	76	1	17673	Grupa MTP
FESTIWAL WHISKY	178	178	0	30	16	1	1229	Grupa MTP
GARDENIA	6820	6820	0	430	197	52	5478	Grupa MTP
GREENPACT	135	135	0	3640	12	0	1103	Grupa MTP
GREENPOWER	1831	1831	0	134	66	29	incl in Instalacje	Grupa MTP
GRILL SHOW	38	0	38	0	5	0	2000	Grupa MTP
H2 POLAND	1206	1081	125	48	116	25	2404	Grupa MTP
HOBBY	6452	6452	0	622	103	1	9213	Grupa MTP
HOME DECOR	1906	1906	0	0	37	4	incl in MEBLE	Grupa MTP
CENTRUM NAUKI WYOBRAŹNIA	1328	1328	0	0	2	0	20605	Grupa MTP
INSECON	403	403	0	0	20	2	787	Grupa MTP
INSTALACJE	5428	5428	0	680	169	81	14639	Grupa MTP
INTERMASZ/INFRATEC	1656	1656	0	0	26	3	incl. in BUDMA	Grupa MTP
MIĘDZYNARODOWA WYSTAWA PSÓW	1414	1405	9	10488	90	1	14555	Grupa MTP
ITM* INDUSTRY EUROPE/ SCIENCE FOR ECONOMY	14917	14842	75	268	513	240	11192	Grupa MTP
KOMINKI	643	643	0	0	35	1	incl. in BUDMA	Grupa MTP

Dane statystyczne targów WEDŁUG MIAST

Targi Exhibitions	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total net exhibition space in sq. m.			Powierzchnia specjalna pokazowa Special show area	Wystawcy Exhibitors		Zwiedzający Visitors	Organizator Organizer
	Ogółem / Total	Kryta/ indoor	Otwarta / outdoor		Ogółem Total	W tym międzynarodowi/ Including international		
Poznań (PL)								
LOCAL TRENDS POZNAŃ	132	132	0	7480	6	0	899	Grupa MTP
LOOK, BEAUTY VISION	3919	3919	0	712	148	10	9506	Grupa MTP
MEBLE POLSKA*	23653	23653	0	0	285	82	12640	Grupa MTP
MODERNLOG	2446	2446	0	625	97	20	Incl in ITM	Grupa MTP
MOVE	263	203	60	0	9	0	737	Grupa MTP
OMEGA FUNERAL FORUM	93	93	0	0	15	2	237	Grupa MTP
PGA	9570	9570	0	1748	136	21	50642	Grupa MTP
POLAGRA PREMIERY	11537	11537	0	1458	168	19	18344	Grupa MTP
POLAGRA*	6756	6277	479	969	205	51	6625	Grupa MTP
POLECO*	6734	6706	28	579	182	15	4656	Grupa MTP
POZNAŃ MOTOR SHOW*	20803	16723	4080	2457	109	7	73871	Grupa MTP
POZNAŃ RUN EXPO	1324	1324	0	9	38	1	33494	Grupa MTP
POZNAŃ RUN EXPO	784	784	0	4	41	1	22652	Grupa MTP
POZNAŃSKI SALON OPTYCZNY	230	230	0	265	30	4	176	Grupa MTP
RETRO MOTOR SHOW	17664	17196	468	0	122	6	20424	Grupa MTP
RYBOMANIA	7835	7835	0	5096	182	15	21576	Grupa MTP
SALMED	1874	1874	0	0	152	36	2514	Grupa MTP
SAWO	7049	7049	0	26	266	145	incl in Instalacje	Grupa MTP
SECUREX*	2762	2762	0	0	109	34	incl in Instalacje	Grupa MTP
SMAKI REGIONÓW	2282	2182	100	428	156	1	24629	Grupa MTP
STONE	1725	1725	0	88	90	58	1510	Grupa MTP
SUBCONTRACTING	678	678	0	0	58	6	Incl in ITM	Grupa MTP

Dane statystyczne targów WEDŁUG MIAST

Targi Exhibitions	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total net exhibition space in sq. m.			Powierzchnia specjalna pokazowa Special show area	Wystawcy Exhibitors		Zwiedzający Visitors	Organizator Organizer
	Ogółem / Total	Kryta/ indoor	Otwarta / outdoor		Ogółem Total	W tym międzynarodowi/ Including international		
Poznań (PL)								
TAROPAK*	1575	1575	0	0	54	11	2161	Grupa MTP
TOUR SALON*	1741	1741	0	132	116	19	Incl in Caravan Salon	Grupa MTP
TTM	4960	4825	135	0	220	133	9620	Grupa MTP
VIVA SENIORZY	992	992	0	1298	93	4	2133	Grupa MTP
WINO	751	751	0	0	93	0	3236	Grupa MTP
YACHT SALON	1661	1661	0	455	33	1	Incl in Caravan Salon	Grupa MTP
Sopot (PL)								
CAVALIADA SOPOT	468	450	18	2529	34	0	10110	Grupa MTP
LOCAL TRENDS SOPOT	16	16	0	0	3	0	732	Grupa MTP
Ujęź (PL)								
ZIELONE AGRO SHOW	16240	0	16240	1	157	5	n.a.	PIGMIUR
Warszawa (PL)								
AUTO-NOSTALGIA WARSZAWA	6422	6422	0	0	58	2	8408	Grupa MTP
CAVALIADA WARSZAWA	798	798	0	2079	57	3	11065	Grupa MTP
ITTF WARSZAWA	1991	1991	0	48	161	94	3518	Grupa MTP
WARSAW CARAVANING FESTIVAL	3184	0	3184	0	36	3	6048	Grupa MTP
BEAUTY FORUM	2391	2391	0	1449	149	13	7576	Health&Beauty
BEAUTY FORUM & HAIR	3232	3232	0	1693	219	21	7528	Health&Beauty

* UFI approved international event / All fairs were audited by CENTREX

* Międzynarodowe wydarzenie zatwierdzone przez UFI / Wszystkie targi zostały poddane audytowi przez CENTREX

Rola targów w rozwoju gospodarczym miast

Targi pełnią istotną rolę w rozwoju gospodarczym miast, przyczyniając się do wzrostu lokalnej przedsiębiorczości, inwestycji i turystyki biznesowej. Organizacja wydarzeń targowych wpływa na rozwój sektora hotelarskiego, gastronomicznego czy usług transportowych, stymulując tym samym gospodarkę regionalną. Wiele miast postrzega targi jako ważny element strategii rozwoju, inwestując w infrastrukturę wystawienniczą i dostosowując przestrzeń miejską do potrzeb branży spotkań.



Tomasz Kobierski
Prezes Rady
Polskiej Izby Przemysłu Targowego
Prezes zarządu Grupy MTP

Targi – impuls dla turystyki i nowych inwestycji

“Współczesne targi to potężne narzędzie wspierające rozwój lokalnych gospodarek, a ich najsilniejszy wpływ widoczny jest w sektorze turystycznym. Biznesowi goście odwiedzający miasto często wracają później jako turyści indywidualni, tym razem z rodzinami.

Targi są także impulsem do nowych inwestycji. Przedsiębiorcy, którzy przy okazji udziału w wydarzeniach poznają miasto i region, dostrzegają jego potencjał: dogodną lokalizację, atmosferę przyjazną biznesowi oraz silne zaplecze akademickie, które kształci wysoko wykwalifikowane kadry i może wspierać działalność badawczo-rozwojową.

To m.in. dzięki dobrej współpracy z władzami miasta i Poznań Convention Bureau, stolica Wielkopolski gości największe światowe kongresy takie jak coroczny kongres gospodarczo-technologiczny IMPACT CEE czy ICCA Central European Chapter Meeting, który odbędzie się na przełomie sierpnia i września.

Poznań będzie też gospodarzem największego na świecie wydarzenia dla branży kosmicznej - Międzynarodowego Kongresu Astronautycznego IAC 2027”.

Targi – katalizator rozwoju miast

“Targi mają istotne znaczenie w rozwoju ekonomiczno-społecznym. Miasta, w których są organizowane targi, wyraźnie zyskują. Targi przyciągają wystawców i zwiedzających, którzy wydają pieniądze na udział w wystawach i pobyt w mieście - hotele, spedycja, gastronomia, przedsiębiorstwa taksówkowe itp. A więc targi przyciągają do miasta strumień pieniędzy, który bez nich by się nie pojawił. Jak wyliczyło kiedyś Niemieckie Stowarzyszenie Przemysłu Targowego AUMA 1 złotówka wydana w targach, to 5 złotych wydanych w mieście. To duża wartość ekonomiczna, jaką organizacja targów wnosi do danego miasta.

Fakt istnienia funkcji targowej w Kielcach jest również wykorzystywany przez miasto jako przedmiot działań promocyjnych. Mamy zatem do czynienia z jednej strony z gospodarczym mechanizmem rozwoju miasta, a z drugiej z przyciągania do niego turystów.”



Dr Andrzej Mochóń
Prezes zarządu
Targi Kielce



Andrzej Bojanowski
Prezes Zarządu
Międzynarodowe Targi Gdańskie

Gospodarczy impact wydarzeń targowych

“W statutach firm zajmujących się organizacją targów - jeśli mają one charakter spółek publicznych - wybrzmiewa strategia promocji danego obszaru i biznesu ulokowanego na tym obszarze. MTG realizuje ją m.in. w formie dużych wydarzeń B2B i B2C. Rynek targowy ulega dużym zmianom, reorganizacji, festiwalizacji.

Staramy się skutecznie reagować na trendy. Tworzy to impact gospodarczy przekładany bezpośrednio na lokalny przemysł, jaki działa na branżę horeca, przez biznes hotelowo-akomodacyjny, a kończąc na przemyśle spotkań. Im większe wydarzenia o charakterze międzynarodowym, tym impact jest silniejszy. Spotkania B2C, czyli m.in. festiwale pokazują wyraźnie, że oddziaływanie na branżę wzmacnia się także w tym sektorze – kiedyś hotele czy restauracje reagowały tylko na spotkania B2B. Głównie poprzez zmianę struktury odwiedzającego – często jest to klient z pokaźnym portfelem. O zmianach świadczą rosnące liczby odwiedzających Jarmarków św. Dominika i Bożonarodzeniowego czy Festiwalu Smaków Regionalnych oraz Inside Seaside”.



Jarmark Dominikański, Gdańsk

Bleisure, rewitalizacja, kultura – Kraków nie tylko centrum wydarzeń branżowych

“Targi odgrywają kluczową rolę w rozwoju gospodarczym miast, a doskonałym tego przykładem jest działalność Targów w Krakowie, które od blisko 30 lat generują znaczące przychody dla lokalnych przedsiębiorstw, zwłaszcza w sektorach hotelarskim, gastronomicznym i transportowym.

W 2014 roku, dzięki środkom własnym wybudowaliśmy Międzynarodowe Centrum Targowo-Kongresowe EXPO Kraków, które znacząco przyczyniło się do ożywienia i rewitalizacji jednej z bardziej zdegradowanych dzielnic miasta. Dziś okolica ta tętni życiem, a liczne sklepy i restauracje czerpią korzyści z organizowanych w EXPO Kraków wydarzeń, co dodatkowo napędza rozwój lokalnego biznesu.

Nasz obiekt zapewnia również liczne miejsca pracy. Współpracujemy z agencjami eventowymi, firmami sprzątającymi, cateringowymi i wieloma innymi podwykonawcami, wspierając lokalnych przedsiębiorców.



Ewa Woch
Wiceprezes
Targi w Krakowie

Warto podkreślić, że corocznie setki tysięcy gości odwiedzających EXPO Kraków łączą obowiązki zawodowe z poznawaniem Krakowa. Zjawisko to, określane jako bleisure, czyli połączenie biznesu i wypoczynku, stało się istotnym elementem strategii Targów w Krakowie. Uczestnicy często przedłużają swój pobyt, co bezpośrednio przekłada się na zwiększony ruch turystyczny i wyższe dochody dla lokalnych firm.

Ogromnym atutem naszego obiektu jest jego lokalizacja. Kraków to jedno z najchętniej wybieranych miast w Europie zarówno pod kontem biznesowym, jak i turystycznym. Z dumą podkreślamy dziedzictwo kulturowe stolicy Małopolski, czego doskonałym przykładem są działania podjęte podczas ubiegłorocznego Jubileuszowego Kongresu Polonii Medycznej. W wydarzeniu wzięło udział blisko 1000 medyków polskiego pochodzenia z całego świata, a program spotkania został opracowany tak, by goście mogli odwiedzić wyjątkowe miejsca Krakowa, takie jak Bazylika Mariacka, Opera Krakowska czy Kopalnia Soli w Wieliczce. Kolejnym przykładem jest współpraca z lokalnymi rzemieślnikami, których unikatowe wyroby stanowią wyjątkowe upominki dla naszych klientów.

Z równie dużym zaangażowaniem wspieramy krakowskie środowisko artystyczne, zapraszając artystów do uświetniania licznych gal i bankietów organizowanych w naszym obiekcie. W 2024 r. wychodząc naprzeciw oczekiwaniom odwiedzających, stworzyliśmy we współpracy z krakowską dziennikarką przewodnik kulinarny dla gości biznesowych EXPO Kraków. Przewodnik, dostępny w językach polskim i angielskim, zawiera rekomendacje restauracji idealnych zarówno na spotkania biznesowe, jak i na odkrywanie regionalnych smaków.



Działalność Targów w Krakowie jest doskonałym przykładem tego, jak targi mogą wpływać na rozwój miasta, przyczyniając się do rewitalizacji przestrzeni, wspierania lokalnych przedsiębiorców i artystów oraz generowania dochodów w różnych sektorach gospodarki. Integracja biznesu z kulturą, sztuką i turystyką przynosi długofalowe korzyści, czyniąc EXPO Kraków nie tylko centrum wydarzeń branżowych, ale także ważnym elementem życia społeczno-kulturowego miasta”.

Dane statystyczne targów według branż

Dane statystyczne przedstawione w poniższych tabelach obrazują strukturę i skalę działalności targowej w podziale na poszczególne branże. Zestawienia te pozwalają przeanalizować, które sektory gospodarki najaktywniej wykorzystują targi jako platformę promocji, wymiany handlowej i rozwoju biznesu. Prezentowane liczby odzwierciedlają zarówno dynamikę poszczególnych branż, jak i ich znaczenie w kontekście rynku targowego w Polsce. Stanowią one cenne źródło informacji dla organizatorów, wystawców oraz instytucji śledzących rozwój gospodarczy poprzez pryzmat wydarzeń branżowych.

Dane statystyczne targów WEDŁUG BRANŻ

Targi Exhibitions	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total net exhibition space in sq. m.			Powierzchnia specjalna pokazowa Special show area	Wystawcy Exhibitors		Zwiedzający Visitors	Organizator Organizer
	Ogółem / Total	Kryta/ indoor	Otwarta / outdoor		Ogółem Total	W tym międzynarodowi/ Including international		
Żywność i napoje, branża hotelarsko-gastronomiczna								
FUTURE PRIVATE LABELS	763	763	0	300	82	27	430	Targi Kielce
ENOEXPO*	553	553	0	636	95	47	z Horeca	Targi w Krakowie
HORECA* GASTROFOOD	1880	1880	0	525	137	27	10022	Targi w Krakowie
LTPR	438	398	40	212	39	0	4487	Targi Lublin
FESTIWAL WHISKY	178	178	0	30	16	1	1229	Grupa MTP
GRILL SHOW	38	0	38	0	5	0	2000	Grupa MTP
POLAGRA*	6756	6277	479	969	205	51	6625	Grupa MTP
SMAKI REGIONÓW	2282	2182	100	428	156	1	24629	Grupa MTP
WINO	751	751	0	0	93	0	3236	Grupa MTP
Usługi dla biznesu, handel detaliczny								
MBKR	276	276	0	662	43	0	275	Targi Kielce
NECROEXPO	3409	3193	216	246	127	21	2241	Targi Kielce
SACROEXPO	3986	3946	40	934	214	33	2994	Targi Kielce
ONA & ON	903	903	0	170	88	1	2389	Targi Lublin
COMMON FUTURE REBUILD UKRAINE CONGRESS	148	148	0	756	9	1	613	Grupa MTP
LOCAL TRENDS POZNAŃ	132	132	0	7480	6	0	899	Grupa MTP
OMEGA FUNERAL FORUM	93	93	0	0	15	2	237	Grupa MTP
LOCAL TRENDS SOPOT	16	16	0	0	3	0	732	Grupa MTP

Dane statystyczne targów WEDŁUG BRANŻ

Targi Exhibitions	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total net exhibition space in sq. m.			Powierzchnia specjalna pokazowa Special show area	Wystawcy Exhibitors		Zwiedzający Visitors	Organizator Organizer
	Ogółem / Total	Kryta/ indoor	Otwarta / outdoor		Ogółem Total	W tym międzynarodowi/ Including international		
Wypoczynek, hobby, rozrywka								
FESTIWAL WĘDKARSTWA I SURVIVALU	1912	1912	0	115	113	3	5006	Targi Kielce
WYSTAWA PSÓW	501	491	10	5327	41	0	7852	Targi Kielce
KIDS' TIME *	9784	9784	0	0	287	99	3863	Targi Kielce
KRAJOWA WYSTAWA GOŁĘBI	7638	7638	0	40	601	2	4942	Targi Kielce
TARGI ŚLUBNE	312	312	0	118	56	0	1000	Targi Kielce
BOOKGAME	1267	1267	0	4441	114	4	11858	Targi w Krakowie
CAVALIADA KRAKÓW	902	902	0	2450	65	1	13636	GrupaMTP
HUNT EXPO	2230	2230	0	334	150	12	8694	Targi w Krakowie
KIDS POLAND	235	235	0	191	33	0	15449	Targi Lublin
ZOOPARK JESIEŃ	178	178	0	4494	15	0	15449	Targi Lublin
ZOOPARK	160	160	0	4154	12	1	20675	Targi Lublin
FESTIWAL KLOCKÓW	430	430	0	2659	21	0	16258	Grupa MTP
CAVALIADA POZNAŃ	1760	1760	0	7290	92	4	20782	Grupa MTP
EURO TARGET SHOW	5751	5735	16	142	140	8	10167	Grupa MTP
FESTIWAL PREZENTÓW	775	775	0	0	76	1	17673	Grupa MTP
GARDENIA	6820	6820	0	430	197	52	5478	Grupa MTP
HOBBY	6452	6452	0	622	103	1	9213	Grupa MTP
MIĘDZYNARODOWA WYSTAWA PSÓW	1414	1405	9	10488	90	1	14555	Grupa MTP
PGA	9570	9570	0	1748	136	21	50642	Grupa MTP
POZNAŃ RUN EXPO	1324	1324	0	9	38	1	33494	Grupa MTP
POZNAŃ RUN EXPO	784	784	0	4	41	1	22652	Grupa MTP

Dane statystyczne targów WEDŁUG BRANŻ

Targi Exhibitions	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total net exhibition space in sq. m.			Powierzchnia specjalna pokazowa Special show area	Wystawcy Exhibitors		Zwiedzający Visitors	Organizator Organizer
	Ogółem / Total	Kryta/ indoor	Otwarta / outdoor		Ogółem Total	W tym międzynarodowi/ Including international		
Wypoczynek, hobby, rozrywka								
POZNAŃSKI SALON OPTYCZNY	230	230	0	265	30	4	176	Grupa MTP
RYBOMANIA	7835	7835	0	5096	182	15	21576	Grupa MTP
TOUR SALON*	1741	1741	0	132	116	19	z Caravan Salon	Grupa MTP
VIVA SENIORZY	992	992	0	1298	93	4	2133	Grupa MTP
YACHT SALON	1661	1661	0	455	33	1	z Caravan Salon	Grupa MTP
CAVALIADA SOPOT	468	450	18	2529	34	0	10110	Grupa MTP
CAVALIADA WARSZAWA	798	798	0	2079	57	3	11065	Grupa MTP
ITTF WARSZAWA	1991	1991	0	48	161	94	3518	Grupa MTP
Bezpieczeństwo, ochrona przeciwpożarowa, obronność								
MSPO*	34943	20858	14058	410	748	425	27800	Targi Kielce
POLSECURE	3853	3181	672	5636	142	21	3945	Targi Kielce
INSECON	403	403	0	0	20	2	787	Grupa MTP
SAWO	7049	7049	0	26	266	145	z Instalacje	Grupa MTP
SECUREX*	2762	2762	0	0	109	34	z Instalacje	Grupa MTP
Budownictwo, infrastruktura								
INTERNATIONAL ARCHITECTURE FAIR	907	907	0	540	54	14	794	Targi w Krakowie
AUTOSTRADA NOWA INFRASTRUKTURA	2358	1197	1161	3640	54	7	2751	Targi Kielce
DACH FORUM	9136	8938	189	1451	143	13	1400	Targi Kielce
DOM OGROD I TY	3129	2079	1050	0	91	0	10129	Targi Kielce
PSB	9630	9519	111	0	297	21	1400	Targi Kielce
KRAKÓW INTERNATIONAL ARCHITECTURE	1013	1013	0	542	68	11	819	Targi w Krakowie
LUBDOM	1531	1474	57	238	72	0	7254	Targi Lublin
BUDMA*	13056	13056	0	1212	551	170	19811	GrupaMTP

Dane statystyczne targów WEDŁUG BRANŻ

Targi Exhibitions	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total net exhibition space in sq. m.			Powierzchnia specjalna pokazowa Special show area	Wystawcy Exhibitors		Zwiedzający Visitors	Organizator Organizer
	Ogółem / Total	Kryta/ indoor	Otwarta / outdoor		Ogółem Total	W tym międzynarodowi/ Including international		
Budownictwo, infrastruktura								
INSTALACJE	5428	5428	0	680	169	81	14639	Grupa MTP
STONE	1725	1725	0	88	90	58	1510	Grupa MTP
Edukacja								
TARGI KSIĄŻKI W KRAKOWIE	4003	4003	0	4583	488	16	60888	Targi w Krakowie
TARGI EDUKACYJNE	884	800	0	60	102	1	14009	Targi Lublin
TARGI EDUKACYJNE/TARGI KSIĄŻKI	5658	5658	0	3132	417	13	59532	Grupa MTP
CENTRUM NAUKI WYOBRAŻNIA	1328	1328	0	0	2	0	20605	Grupa MTP
Energia, ropa naftowa, gaz								
ENEX	17954	17059	895	120	374	199	23149	Targi Kielce
ENERGETAB	15056	8566	6490	0	475	100	17256	ZIAD
ENERGETICS	2117	2113	4	398	110	15	4568	Targi Lublin
EXPOPOWER	376	376	0	192	16	2	z Instalacje	Grupa MTP
GREENPOWER	1831	1831	0	134	66	29	z Instalacje	Grupa MTP
HZ POLAND	1206	1081	125	48	116	25	2404	Grupa MTP
Ochrona środowiska								
EKOTECH	2331	2331	0	150	78	1	2193	Targi Kielce
GREENPACT	135	135	0	3640	12	0	1103	Grupa MTP
POLECO*	6734	6706	28	579	182	15	4656	Grupa MTP
Poligrafia, opakowania								
3D PRINTING DAYS	1033	1033	0	0	36	6	z Stom-TOOL	Targi Kielce
INPACK	921	921	0	60	30	1	z Intramag	Targi Kielce
Meble, projektowanie wnętrz								
DREMA*	20426	16322	4104	0	394	91	7446	Grupa MTP
HOME DECOR	1906	1906	0	0	37	4	z Meble	Grupa MTP
KOMINKI	643	643	0	0	35	1	z Budma	Grupa MTP
MEBLE POLSKA*	23653	23653	0	0	285	82	12640	Grupa MTP

Dane statystyczne targów WEDŁUG BRANŻ

Targi Exhibitions	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total net exhibition space in sq. m.			Powierzchnia specjalna pokazowa Special show area	Wystawcy Exhibitors		Zwiedzający Visitors	Organizator Organizer
	Ogółem / Total	Kryta/ indoor	Otwarta / outdoor		Ogółem Total	W tym międzynarodowi/ Including international		
Uroda, kosmetyki								
BEAUTY FORUM 46.LNE CONGRESS	1837	1837	0	1451	145	0	5200	Beauty In
BEAUTY FORUM 47.LNE CONGRESS	2068	2068	0	1667	169	0	5700	Beauty In
LOOK, BEAUTY VISION	3919	3919	0	712	148	10	9506	Grupa MTP
BEAUTY FORUM	2391	2391	0	1449	149	13	7576	Health&Beauty
BEAUTY FORUM & HAIR	3232	3232	0	1693	219	21	7528	Health&Beauty
Samochody, motocykle								
DUB IT	2125	1738	387	6000	57	10	19019	Targi Kielce
TUNING SHOW EXPO	4622	4466	156	16843	205	2	9854	Targi w Krakowie
MOTO SESSION	3545	3535	10	6012	49	0	12290	Targi Lublin
CARAVANS SALON POLAND	22483	22483	0	8235	142	23	31279	Grupa MTP
MOVE	263	203	60	0	9	0	737	Grupa MTP
POZNAŃ MOTOR SHOW*	20803	16723	4080	2457	109	7	73871	Grupa MTP
RETRO MOTOR SHOW	17664	17196	468	0	122	6	20424	Grupa MTP
TTM	4960	4825	135	0	220	133	9620	Grupa MTP
AUTO-NOSTALGIA WARSZAWA	6422	6422	0	0	58	2	8408	Grupa MTP
WARSAW CARAVANING FESTIVAL	3184	0	3184	0	36	3	6048	Grupa MTP
Chemia								
INNOFORM	1323	1323	0	187	100	28	2723	Targi w Krakowie
PLASTPOL*	15126	15062	63	0	568	381	8585	Targi Kielce
KOMPOZYT-EXPO	802	802	0	296	84	41	2108	Targi w Krakowie

Dane statystyczne targów WEDŁUG BRANŻ

Targi Exhibitions	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total net exhibition space in sq. m.			Powierzchnia specjalna pokazowa Special show area	Wystawcy Exhibitors		Zwiedzający Visitors	Organizator Organizer
	Ogółem / Total	Kryta/ indoor	Otwarta / outdoor		Ogółem Total	W tym międzynarodowi/ Including international		
Bizuteria, zegarki i akcesoria								
AMBERIF* SPRING	2983	2983	0	639	233	70	4728	MTG
AMBERIF* AUTUMN	1493	1493	0	516	131	49	1630	MTG
Optyka								
KRIO KARPACZ	2588	2588	0	0	111	12	934	Grupa MTP
Inżynieria przemysłowa, produkcja przemysłowa, maszyny, narzędzia, sprzęt								
DREMASILESIA	1156	1156	0	0	38	1	626	Grupa MTP
CONTROL-STOM	896	896	0	0	38	10	Stom-TOOL	Targi Kielce
CONTROL-TECH	488	488	0	88	24	3	z METAL	Targi Kielce
EXPO SURFACE	1602	1602	0	0	48	31	Stom-TOOL	Targi Kielce
KIELCE FLUID POWER	163	163	0	0	13	1	Stom-TOOL	Targi Kielce
METAL*	2232	2232	0	250	196	134	2064	Targi Kielce
STOM-TOOL, STOM- BLECH&CUTTING, STOM-LASER, STOM- ROBOTICS, WIRTOPROCESY, SPAWALNICTWO, FIX	17820	19820	0	0	437	219	18251	Targi Kielce
FASTENER	1469	1469	0	80	138	131	2856	Targi w Krakowie
SYMAS/MAINTENANCE	1950	1950	0	136	155	42	2472	Targi w Krakowie
CLEANING EXPO	1473	1423	50	692	70	9	1545	Grupa MTP
INTERMASZ/INFRADEC	1656	1656	0	0	26	3	z BUDMA	Grupa MTP
ITM* INDUSTRY EUROPE/ SCIENCE FOR ECONOMY	14917	14842	75	268	513	240	11192	Grupa MTP
SUBCONTRACTING	678	678	0	0	58	6	z ITM	Grupa MTP
Zdrowie, sprzęt medyczny								
KRAKIDENT*	5130	5075	60	1055	341	103	10811	Targi w Krakowie
LUBWET	175	175	0	12	23	0	384	Targi Lublin
SALMED	1874	1874	0	0	152	36	2514	Grupa MTP

Dane statystyczne targów WEDŁUG BRANŻ

Targi Exhibitions	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total net exhibition space in sq. m.			Powierzchnia specjalna pokazowa Special show area	Wystawcy Exhibitors		Zwiedzający Visitors	Organizator Organizer	
	Ogółem / Total	Kryta/ indoor	Otwarta / outdoor		Ogółem Total	W tym międzynarodowi/ Including international			
Rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo									
AGROSHOW	130835	462	130373	20000	669	99	78832	PIGMIUR	
AGROTECH	35848	31933	3915	0	382	59	66426	Targi Kielce	
LAS EXPO	5081	935	4041	0	48	9	z AGROTECH	Targi Kielce	
AGRO-PARK	6968	6894	74	0	98	0	15175	Targi Lublin	
POLAGRA PREMIERY	11537	11537	0	1458	168	19	18344	Grupa MTP	
ZIELONE AGRO SHOW	16240	0	16240	1	157	5	n.a.	PIGMIUR	
Transport, logistyka, gospodarka morska									
INTRAMAG	438	438	0	0	24	8	1245	Targi Kielce	
HOLEXPO	1470	1350	120	120	21	6	z Transexpo	Targi Kielce	
TRANSEXPO	8176	7607	569	0	110	53	4686	Targi Kielce	
MODERNLOG	2446	2446	0	625	97	20	z ITM	Grupa MTP	



Targi w liczbach

Poniższe wykresy pozwalają precyzyjnie ocenić kondycję polskiego rynku targowego w 2024 roku. Dane obejmują łączną liczbę organizowanych wydarzeń, średni czas ich trwania oraz dokładną liczbę zwiedzających i wystawców. Dodatkowo, zaprezentowano szczegółowy podział wydarzeń według miast - zestawienie ułatwi porównanie dynamiki rynku w różnych regionach kraju.

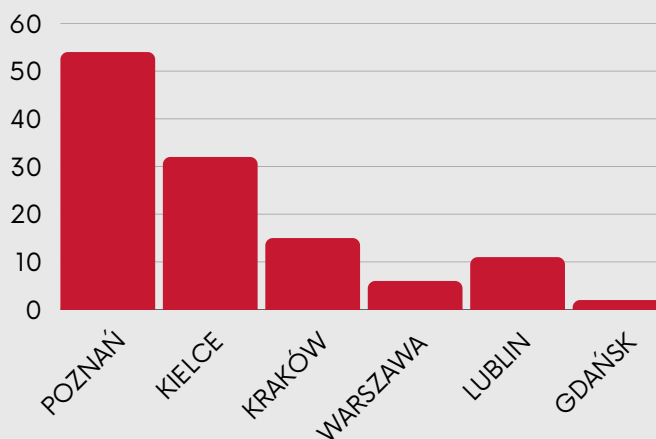
Dane statystyczne 129 targów zorganizowanych w 2024 roku sprawozdali i poddali kontroli audytora CENTREX wszyscy organizatorzy targów w Polsce należący do PIPT. Targi te odbyły się w 13 miastach. Największą liczbę targów zorganizowano w Poznaniu - 54 wydarzenia i w Kielcach - 32 wydarzenia. Były to zarówno targi branżowe (dla profesjonalistów), targi konsumenckie (dla szerokiej publiczności), jak i targi w formule mieszanej.

Liczba
wydarzeń
ogółem

129



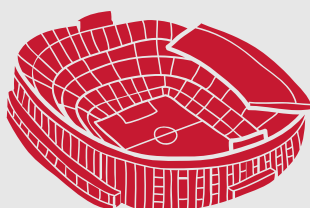
Liczba wydarzeń w podziale na miasta



Liczba zwiedzających

1 387 749

To liczba osób, która
wypełniłaby stadion Camp Nou
prawie **14 razy!**



Liczba wystawców

17 786

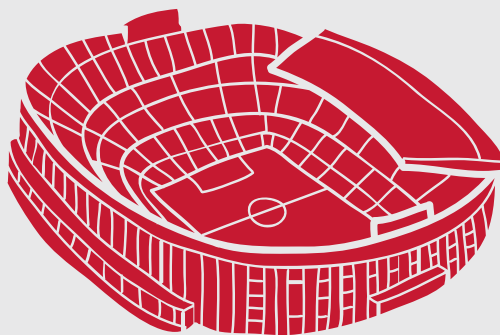
W tym wystawców
międzynarodowych
4 244



Liczba m2 powierzchni wynajętej przez wystawców

702 222

Liczba ta odpowiada powierzchni ok.
98 boisk Camp Nou



Liczba wydarzeń w podziale na branże (na grafice przedstawione są wybrane branże)



Liczba wydarzeń w poszczególnych miesiącach



W 2024 roku targi związane z wypoczynkiem, rozrywką i hobby cieszyły się największą popularnością – w tej kategorii odbyło się w różnych ośrodkach targowych w Polsce aż **29 wydarzeń**, które zgromadziły łącznie **3 127 wystawców i 357 916 zwiedzających**.

Dla biznesu najbardziej pożądanymi targami okazały się wzorem roku ubiegłego wydarzenia związane z inżynierią przemysłową, produkcją przemysłową, maszynami i narzędziami, w tej kategorii łącznie odbyło się **14 wydarzeń**, które zgromadziły **2229 wystawców i 56 262 zwiedzających profesjonalistów**.



Targi Rybomania, fot. Piotr Pasieczny | Fotobuena / Grupa MTP

Patrząc na kalendarz targów da się zauważyć ich sezonowy charakter. Najwięcej targów odbywa się wiosną i jesienią. Wiosną 2024 roku, w miesiącach marzec, kwiecień, maj odbyło się 50 wydarzeń, co stanowi niespełna 39 % targów z całego roku. Jesienią, we wrześniu, październiku i listopadzie odbyło się 51 wydarzeń, co stanowi wartość ok. 40 % targów w 2024 r.

Przyjmując jako kryterium liczbę wydarzeń, najwięcej targów w Polsce odbyło się w branżach:

Branża	Liczba wydarzeń
Wypoczynek, hobby i rozrywka	29
Inżynieria przemysłowa, produkcja przemysłowa, maszyny, narzędzia	14
Samochody, motocykle	10
Budownictwo, infrastruktura	10
Żywność i napoje, branża hotelarsko-gastronomiczna	9
Usługi dla biznesu, handel detaliczny	8

Siła spotkań twarzą w twarz w cyfrowej erze

W erze cyfrowej, gdy technologia umożliwia szybkie nawiązywanie kontaktów na odległość, warto spojrzeć na znaczenie bezpośrednich spotkań z perspektywy osób, które na co dzień zajmują się organizacją wydarzeń targowych. Ich doświadczenia potwierdzają, że pomimo digitalizacji, osobista interakcja pozostaje niezastąpiona – zarówno w budowaniu trwałych relacji, jak i w kreowaniu wartości dodanej dla biznesu.

Spotkania face-to-face w erze online – niezastąpiona wartość spotkań

“W dobie dynamicznych zmian technologicznych i wszechobecnej cyfryzacji może się wydawać, że komunikacja cyfrowa całkowicie zastąpiła bezpośrednie kontakty. Jednak nasze doświadczenia i analizy branżowe jednoznacznie potwierdzają - nic nie zastąpi spotkań twarzą w twarz. Branża targowa, którą obserwuję od wielu lat, jest najlepszym przykładem na to, jak ważne są bezpośrednie relacje w biznesie opartym na modelu human-to-human.

Działania digitalowe oraz AI bez wątpienia wspomagają procesy komunikacji i pozwalają dotrzeć do szerokiego grona odbiorców, zwiększając efektywność działań marketingowych oraz promocyjnych. Jednak spotkania face-to-face niosą ze sobą wyjątkową wartość dodaną – pozwalają budować prawdziwe, emocjonalne więzi, które stają się podstawą długoletnich partnerstw. Targi to miejsce, w którym buduje się zaufanie, wzmacnia relacje oraz przyspiesza procesy decyzyjne.

To właśnie podczas osobistych spotkań tworzą się najbardziej wartościowe kontakty, które przekładają się na trwałą współpracę biznesową. Cyfryzacja stanowi istotne wsparcie, ale nie może zastąpić emocji, intuicji i autentyczności, które są fundamentem relacji biznesowych budowanych osobiście. Z całą odpowiedzialnością mogę powiedzieć - przyszłość biznesu należy do tych, którzy rozumieją, jak cenne są bezpośrednie, ludzkie interakcje i potrafią wykorzystać je w swojej strategii rozwoju. Targi pozostają niezastąpioną platformą takich właśnie spotkań”.



Wiesława Galińska
Dyrektor Generalny
Polska Izba Przemysłu Targowego

Spotkania twarzą w twarz podstawą solidnych relacji

“Wyzwaniem organizatorów wydarzeń targowych jest obecnie przykucie uwagi klienta, a także przekonanie co do faktu, że spotkania twarzą w twarz, czy po prostu „na żywo” są przyjemniejsze, dają solidniejsze relacje. Jest to to najlepsza forma nawiązywania więzów biznesowych, jak i zwykłych relacji międzyludzkich – dotyczy się to wydarzeń B2B oraz B2C.

Podczas targów czy festiwali mamy duży przyrwył pozytywnych emocji, a to sprawia, że zaczynają się one kojarzyć klientowi nie tylko z wydarzeniem, ale także z uczestniczącą w nim daną marką. Pytanie pozostaje, jak wygrać walkę o uwagę klienta. Przebicie się przez dużą liczbę informacji – reklamowych czy newsowych - jest sporym wyzwaniem. Tutaj wychodzi umiejętna praca w digitalu. To ona pozwala nam jak najlepiej zdiagnozować potrzeby klienta, aby później móc je zaspokoić”.

Andrzej Bojanowski
Prezes Zarządu
Międzynarodowe Targi Gdańskie



Festiwal Inside Seaside, AmberExpo, Gdańsk

Relacje osobiste gwarantem powodzenia działań w biznesie

“Prognozy dla przemysłu spotkań bezpośrednich są bardzo dobre, na co wpływ ma między innymi rozwój sztucznej inteligencji, która podobnie jak przed laty rozwój Internetu wywołała dyskusję o tym, czy nowe technologie spowodują upadek lub znaczące ograniczenie tradycyjnych narzędzi marketingu. Tymczasem jest na odwrót. Sztuczna Inteligencja wprowadza bowiem element „fałszu”, trudność w odróżnieniu technologicznej fikcji od rzeczywistości, powoduje, że utwierdzamy się w potrzebie spotkań osobistych, twarzą w twarz z drugim człowiekiem. Nawiązywane w ten sposób kontakty, prowadzone rozmowy, możliwość zobaczenia produktów na własne oczy, a nie w wirtualnej przestrzeni są znaczącymi gwarantami powodzenia działań w biznesie, jednym ze sposobów na uniknięcie porażki i budowanie zaufania.

Targi sprzyjają inicjowaniu współpracy biznesowej, której nie można zastąpić cyfrowo, ale same także nie obejdą się bez AI. Jej wykorzystanie choćby w promocji, czy do aranżacji i realizacji eventów jest nieuniknione, jak również, a może przede wszystkim do analizy danych w zakresie potrzeb wystawców i zwiedzających”.

Dr Andrzej Mochóń
Prezes Zarządu
Targi Kielce

Polskie obiekty targowe

Inwestycje w infrastrukturę targową

Inwestycje w infrastrukturę targową są odzwierciedleniem dynamiki i potencjału rozwojowego całej branży spotkań i wydarzeń. Największe polskie ośrodki targowe konsekwentnie modernizują swoją infrastrukturę, zwiększając powierzchnię wystawienniczą oraz poprawiając komfort zarówno wystawców, jak i odwiedzających. Intensywne działania inwestycyjne świadczą o dynamicznym wzroście znaczenia Polski na międzynarodowej mapie wydarzeń biznesowych i jej gotowości do organizacji coraz bardziej wymagających imprez.

Przykładem takich ambitnych działań jest m.in. Zielona Rzeka i multimedialny pawilon 7A na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich oraz projekt Targów Kielce, które realizują priorytetową inwestycję budowy nowej hali wystawienniczej, realizowaną przez firmę Strabag. Rozbudowa infrastruktury w Kielcach jest odpowiedzią na rosnące potrzeby wydarzeń, takich jak targi techniki rolniczej Agrotech czy Międzynarodowy Salon Przemysłu Obronnego MSPO, i potwierdza dynamiczny rozwój całego sektora targowego w Polsce.

Rozwój i inwestycje w Targach Kielce

“Priorytetowa inwestycja Targów Kielce wchodzi w fazę realizacji. W styczniu podpisaliśmy umowę z firmą Strabag, która zaprojektuje i wybuduje nową halę wystawienniczą i przebuduje już istniejącą. Połączona przestrzeń obydwu obiektów to w sumie ponad 15 500 metrów kwadratowych powierzchni użytkowej w parterze i 3000 na antresoli. Nowy obiekt w infrastrukturze ośrodka będzie zatem czterokrotnie większy od obecnie największej hali nr 5. Prace mają ruszyć wiosną po największej wystawie sezonu – targach techniki rolniczej Agrotech. Budowla będzie miała 15 metrów wysokości, 73 metry szerokości oraz łącznie ponad 237 metrów długości. Koszt budowy obiektu nie przekroczy 100 milionów złotych.



Targi Kielce

Rozbudowa infrastruktury targowej konieczna jest ze względu na rosnące zainteresowanie firm udziałem w targach. Już od 2005 roku budujemy dodatkowe hale tymczasowe na targi techniki rolniczej Agrotech. Ta dodatkowa powierzchnia w halach tymczasowych sięgała nawet 18 tysięcy metrów kwadratowych.

W ostatnich latach konieczność budowania hal tymczasowych doszła także w przypadku targów z grupy Przemysłowej Wiosny, a także Międzynarodowego Salonu Przemysłu Obronnego. Rozrastają się kolejne targi, m.in. odnawialnych źródeł energii Enex oraz branży pokryć dachowych Dach-Forum. W przypadku MSPO i Agrotechu jesteśmy zmuszeni ograniczać wynajmowaną powierzchnię, a lista rezerwowa jest długa. Nowy obiekt stanie w miejscu, który służył jako plac parkingowy. Parking dla samochodów Targi Kielce przygotowują na terenie działki znajdującej się przy ulicy Wystawowej. Ten projekt jest już realizowany. Powstanie również hala tymczasowa, która będzie funkcjonowała przez cały czas budowy. Jej powierzchnia to 4000 metrów kwadratowych z pełną infrastrukturą techniczną. Wystawcy nie odczują zatem niedogodności inwestycji”.

Dr Andrzej Mochoń
Prezes Zarządu
Targi Kielce

Rozbudowa EXPO Kraków, jako strategiczny krok w dalszym umacnianiu pozycji miasta, jako kluczowego europejskiego ośrodka kongresowego

“W ramach strategii rozwoju Targów w Krakowie przygotowujemy się do rozbudowy Międzynarodowego Centrum Targowo-Kongresowego EXPO Kraków o nowoczesną halę, która pozwoli na organizację m.in. dużych kongresów, na które w Krakowie jest ogromne zapotrzebowanie. Nowa przestrzeń zapewni organizatorom możliwość realizacji wydarzeń na jeszcze większą skalę niż do tej pory. Nowoczesna infrastruktura wsparta przez najnowszą technologię oraz modułowe układy przestrzenne, pozwolą spełnić oczekiwania najbardziej wymagających gości i partnerów biznesowych.

Od budowy EXPO Kraków minęło już ponad 10 lat a obiekt nadal jest jednym z najnowocześniejszych w regionie. Unikalna konstrukcja obejmująca bezfilarowe przestrzenie, wzmocnione drewniane dźwigary umożliwiające instalację zaawansowanych podwieszeń, kanały medialne w podłodze pozwalające na dowolne rozmieszczenie infrastruktury technicznej, bramy wjazdowe dla pojazdów ciężarowych oraz wysoka nośność podłogi (40 kPa), to tylko niektóre z elementów, które czynią EXPO Kraków bezkonkurencyjnym na rynku. Nowa hala dodatkowo rozszerzy te możliwości, oferując jeszcze większą funkcjonalność i dostosowanie do złożonych wymagań sektora MICE.

Planowana rozbudowa to strategiczny krok w dalszym umacnianiu pozycji Krakowa jako kluczowego europejskiego ośrodka kongresowego. Nowa hala pozwoli na przyciągnięcie najbardziej renomowanych wydarzeń, wyznaczając nowe standardy dla całej branży spotkań. Ta inwestycja stanowi nie tylko odpowiedź na rosnące potrzeby rynku, ale to również wyraz długoterminowej wizji EXPO Kraków jako centrum innowacji, biznesu i międzynarodowej wymiany wiedzy.

W planach mamy również poszerzenie portfolio naszych wydarzeń o nowe formaty. W tym roku premierę będzie mieć Camper & Adventure Expo – impreza dla pasjonatów mobilnych podróży oraz JEC Forum Central Europe – spotkania biznesowe i konferencja poświęcona materiałom kompozytowym, organizowana wspólnie z francuską firmą JEC. Nie ograniczamy się jednak do samego Krakowa. Planujemy także organizację wydarzeń w innych miastach, na wzór naszych Międzynarodowych Targów Architektury i Projektowania Wnętrz KIAF, które obecnie odbywają się w Krakowie i Gdańsku”.

Ewa Woch
Wiceprezes
Targi w Krakowie



Targi Krakdent, Targi w Krakowie



Pawilon multimedialny 7A

Zieleń, ścieżki i czystsze powietrze

Z myślą o mieszkańcach Poznania i ich wygodzie na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich Grupa MTP stworzyła Zieloną Rzekę. To enklawa pełna drzew, krzewów i traw, miejsc relaksu wraz ze ścieżką rowerową. Ta nowa przestrzeń służy uczestnikom targowych wydarzeń, ale również lokalnej społeczności. To obszar, który do tej pory był w większości zabrukowany i zwykle zajmowany przez parkujące tam samochody. W wyniku inwestycji uzyskano aż 3300 m² powierzchni biologicznie czynnej, co stanowi ponad trzykrotny wzrost w stosunku do stanu sprzed inwestycji. W kolejnym etapie spółka przewiduje dalszą rozbudowę zielonej rzeki na terenie poznańskich Targów.

Przestrzeń immersyjnych doświadczeń

W odpowiedzi na rosnące zapotrzebowanie związane z innowacyjną przestrzenią, w 2024 roku Grupa MTP we współpracy z firmą Wizja Multimedia stworzyły nowoczesny Pawilon 7A. Klasyczny targowy pawilon o powierzchni ponad 2000m² zamieniony został w przestrzeń, która wyznacza w Poznaniu nowe standardy w organizacji eventów na światowym poziomie. Dzięki ponad 500 m² ekranów diodowych, obrotowej scenie z podjazdem dla samochodów i holograficznej siatce, to miejsce pozwala na realizację spektakularnych pokazów i premier. Profesjonalne nagłośnienie, oświetlenie sceniczne, system kotar wyciszających oraz kompleksowa obsługa techniczna z kamerami i presetami multimedialnymi sprawiają, że każdy event nabiera tu wyjątkowego charakteru.

To przestrzeń idealna dla różnorodnych formatów wydarzeń - można tu zorganizować koncerty na stojąco dla maksymalnie 4200 osób, konferencje i kongresy na najwyższym poziomie dla 2800 uczestników, a także prestiżowe wydarzenia korporacyjne, bankiety i gale dla 1200 gości. Wszystko to odbywa się w otoczeniu najnowocześniejszych technologii i przy zachowaniu najwyższych standardów designu.



Restauracja PASODROBRE
rekomendowana w przewodniku
MICHELIN

Międzynarodowe Targi Poznańskie stawiają na otwartość

Strategia rozwoju terenu Międzynarodowych Targów Poznańskich od wielu lat koncentruje się na potrzebach mieszkańców Poznania w równym stopniu jak na klientach biznesowych. Dotyczy to również sfery architektonicznej. Dzięki ostatnim inwestycjom Targi zmieniły charakter swojej przestrzeni z zamkniętej i biznesowej na przestrzeń ogólnodostępną i sprzyjającą relaksowi. W ostatnich latach otwarto m.in. nową miejską przestrzeń eventową - Plac Powszechnej Wystawy Krajowej oraz stworzono designerską, kinetyczną elewację Poznań Congress Center. Aby uspokoić ruch samochodów oddano do użytku największy w Poznaniu podziemny parking.



Projekt Zielona Rzeką
Międzynarodowe Targi Poznańskie



AmberExpo, Gdańsk

Nowe inwestycje w Gdańsku

“Zarządzany przez Międzynarodowe Targi Gdańskie obiekt AMBEREXPO gości tak ważne dla pomorskiego biznesu wydarzenia, jak: TRAKO, BALTEXPO, AMBERIF, POLFISH, festiwal muzyczny Inside Seaside czy od tego roku PowerConnect Energy Summit. Tak w tych tytułach, jak w pozostałych, organizowanych w naszych przestrzeniach wystawienniczych, widzimy pola, na których możemy bardzo mocno się rozwinąć. I w tym mają pomóc nasze nowe inwestycje – czwarta hala oraz hotel. Na Pomorzu brakuje miejsca do organizacji kongresów, sympozjów czy konferencji na 1000-1500 osób. W nowej hali AMBEREXPO będzie na nie przestrzeń.

Czwarta hala powiększy również gamę możliwości eventowych z sektorów: rozrywki, biznesu, kultury, e-sportu czy wystaw immersyjnych. Rozszerzy pole wystawiennicze przy dużych, złożonych wydarzeniach. Rozbudowa kompleksu umożliwi organizowanie w jednym czasie kilku wydarzeń o różnym charakterze, np. gali z koncertem, konferencji w przestrzeniach sąsiadujących i targów w pozostałych halach.

Obiekt będzie posiadał również nową funkcję - przystosowanie do produkcji telewizyjnej i filmowej. Hala zostanie oddana do użytku już w tym roku, a w 2026 będzie sąsiadować z hotelem. Takiego obiektu brakuje w naszej najbliższej okolicy, co blokuje organizację niektórych wydarzeń. Dlatego chcemy to zmienić.

Jako MTG prowadzimy także dywersyfikację działalności poprzez inne obiekty, w których można spędzać czas wolny – jak zmodernizowany przez nas klub KOT, czy powstający w dzielnicy Wrzeszcz basen z częścią usługową”.

Andrzej Bojanowski
Prezes Zarządu
Międzynarodowe Targi Gdańskie

Polska branża targowa na arenie międzynarodowej

Porównanie z rynkami zagranicznymi

Całkowita powierzchnia wystawiennicza w Polsce wynosi 401 916 m², co stanowi 0,9% światowej powierzchni wystawienniczej i 2,5% powierzchni w Europie. Polska posiada 14 obiektów wystawienniczych, z których do dużych obiektów (o powierzchni ponad 100 000 m²) należących do Członków zrzeszonych w PIPT, zaliczają się Międzynarodowe Targi Poznańskie, do średnich (20 000-100 000 m²) Targi Kielce, a do małych (poniżej 20 000 m²) AMBEREXPO, **Targi w Krakowie**, EXPO XXI, Targi w Lublinie.

W globalnym rankingu Polska zajmuje 17. miejsce pod względem łącznej powierzchni wystawienniczej.

Top Countries/Regions

Countries/regions with a minimum of 300,000 sqm of indoor exhibition space



22 countries/regions have a total indoor capacity exceeding 300,000 sqm of indoor exhibition space.

The top 5 countries/regions (China, USA, Germany, Italy and France) account for almost 64% of the total world indoor exhibition space.

No	Country	Total sqm	Number of venues	% of the world
1	China	13,463,906	312	31.2%
2	United States	6,096,022	270	14.1%
3	Germany	3,145,128	49	7.3%
4	Italy	2,450,716	50	5.7%
5	France*	2,179,725	94	5.1%
6	Spain	1,664,387	54	3.9%
7	Russia**	999,124	32	2.3%
8	Brazil	888,400	40	2.1%
9	Canada	760,914	32	1.8%
10	Turkey	711,752	27	1.7%
11	The Netherlands	624,161	33	1.4%
12	United Kingdom	620,187	30	1.4%
13	India	601,518	18	1.4%
14	Mexico	558,898	37	1.3%
15	Switzerland	453,493	13	1.1%
16	Japan	451,695	13	1.0%
17	Poland	401,916	14	0.9%
18	Austria	378,228	14	0.9%
19	Belgium	363,027	15	0.8%
20	UAE	347,797	7	0.8%
21	South Korea	315,364	13	0.7%

(*) including overseas territories
(**) European + Asian parts

Asia - Pacific

Central & South America

Europe

Middle East - Africa

North America

Updated 12 December 2024

UFI/jwc World Map of Exhibition Venues 2024 - Gross indoor exhibition space, venues over 5,000 sqm, data as of 31/12/2023.

This document and the information it contains may not be copied, reproduced or redistributed in full or in part by any organisation without the express written permission of UFI/jwc - © UFI/jwc January 2025.

13

Polska na arenie międzynarodowej

Udział Polski w prestiżowych wydarzeniach międzynarodowych, takich jak Expo 2025 w Osace, znacząco wpływa na budowanie jej wizerunku na globalnej scenie. Polska branża targowa, dzięki swoim innowacyjnym projektom i wysokiej jakości realizacjom stoisk oraz pawilonów, odgrywa istotną rolę w kształtowaniu pozytywnego postrzegania naszego kraju za granicą.

Polski Pawilon na Expo 2025 w Osace będzie reprezentował nasz kraj na globalnej scenie. Jak istotną rolę odgrywa jego design i architektura w budowaniu wizerunku Polski oraz przyciąganiu uwagi odwiedzających?

Design i architektura Pawilonu Polski na Expo 2025 Osaka, Kansai odgrywają kluczową rolę w budowaniu wizerunku naszego kraju jako nowoczesnego i otwartego na przyszłość, a zarazem zakorzenionego w tradycji. Zakrzywiona, wyrazista, drewniana fasada która przypomina rozchodzące się fale jest symbolem kreatywności i innowacyjności Polaków. Konstrukcja inspirowana zarówno polskim, jak i japońskim rzemiosłem jest jednocześnie wizualnie imponująca i niezwykle funkcjonalna, dostosowana do trudnych warunków sejsmicznych i klimatycznych Osaki. To połączenie estetyki i tradycji z ekologicznymi oraz technologicznymi rozwiązaniami jest fizycznym przedstawieniem hasła przewodniego naszej obecności na Expo: „Polska. Dziedzictwo, które napędza przyszłość”.



Łukasz Gwiazdowski
Wiceprezes Zarządu
Polska Agencja Inwestycji i Handlu

Jestem przekonany, że to jak innowacyjny jest projekt Pawilonu i jego otoczenia znacząco przełoży się na liczbę odwiedzających. Wierzę, że nasza przestrzeń na Expo 2025 będzie tętniącym życiem miejscem spotkań, w którym szerokiemu gronu zaprezentujemy polskie osiągnięcia w dziedzinach takich jak zrównoważony rozwój, nowe technologie, nauka i kreatywność.

W kontekście wydarzeń międzynarodowych, takich jak Expo czy największe targi branżowe, jak dużą rolę odgrywa odpowiednia zabudowa stoisk w skutecznej komunikacji marki i nawiązywaniu relacji biznesowych? Czy dobrze zaprojektowane i nowoczesne stoisko może realnie wpłynąć na sukces firm biorących udział w targach?

Odpowiednia zabudowa stoisk jest niezwykle istotna dla skutecznej komunikacji marki i nawiązywania relacji biznesowych podczas wydarzeń. Nowoczesne stoisko, które przyciąga wzrok, może być pierwszym krokiem do zainteresowania potencjalnych klientów i partnerów. Dlatego też jako PAIH przykładamy ogromną wagę do tego jak wyglądają projektowane przez nas stoiska narodowe. Estetycznie zaprojektowane stoisko sprawia, że marka wyróżnia się w tłumie wystawców. Unikalny design przyciąga odwiedzających, a dobrze zaplanowana przestrzeń, które prezentuje ofertę firmy w atrakcyjny i jasny sposób, skłania do dłuższego zatrzymania się i nawiązania rozmowy.

W PAIH wiemy jak istotne w biznesie jest budowanie relacji, dlatego chcemy by dzięki naszym stoiskom przedsiębiorcy mieli dogodną przestrzeń do networkingu i nawiązywania cennych kontaktów biznesowych. Ten aspekt jest zresztą bardzo ważny w naszej przestrzeni na Expo 2025 Osaka, Kansai. Pawilon Polski ma być przestrzenią do budowania relacji i w konsekwencji odnoszenia przez polskie firmy licznych, ponadnarodowych sukcesów.

Adaptacja branży do zmieniających się oczekiwań odbiorców



Stawiamy na multimedia

“Współczesne targi to nie tylko miejsce prezentacji produktów i usług, ale przede wszystkim przestrzeń budowania relacji i kreowania niezapomnianych doświadczeń. W dobie nieustannego rozwoju technologii multimedia stają się coraz ważniejszym narzędziem w rękach wystawców, którzy pragną przyciągnąć uwagę odwiedzających i wyróżnić się na tle konkurencji.

Możemy się spodziewać, że nowoczesne technologie, w tym multimedia, będą odgrywać coraz większą rolę w kreowaniu doświadczeń na targach. Personalizacja treści wspomagana AI, efekty anamorfowe i inne innowacyjne rozwiązania będą cieszyć się coraz większym zainteresowaniem. Jednak na razie to połączenie ekranów LED z wysokiej jakości contentem pozostaje najskuteczniejszym sposobem na przyciągnięcie uwagi i osiągnięcie sukcesu na targach”.

Mateusz Kurlić
CEO, Berrylife

Rewolucja w pawilonach targowych

W obszarze budowy stoisk w pawilonach targowych trwa rewolucja. Jej początek to rok 2020, kiedy to IDEA Expo, marka należąca do Grupy MTP zdecydowała się na zakup innowacyjnego systemu wystawienniczego, który daje możliwość aranżacji stoisk i przestrzeni eventowych w technologii niemal bezodpadowej.

To system łączący w sobie zaletę modułowości z indywidualnymi rozwiązaniami oczekiwanymi przez klienta. Dynamiczny start został zablokowany na prawie 2 lata przez pandemię, ale już od 2022 w tym systemie pojawiało się coraz więcej stoisk, a projekty stawały się coraz bardziej kreatywne.

Obecnie coraz więcej klientów decyduje się na ekostoiska, które nie tylko generują znacząco mniej odpadów, ale także są zoptymalizowane kosztowo i na wysokim poziomie kreacji. Technologia ta także znakomicie sprawdza się w aranżacjach eventowych.



IDEA Expo / Grupa MTP

Od trendów do przyszłości – dokąd zmierza branża?

Nowa era targów – efektywność, ekologia, ekspansja

Jak podaje AUMA, 99,5 procenta badanych firm uważa targi za niezbędne dla rozwoju ich biznesów w ciągu najbliższych 5 lat i zakłada, że będą one miały co najmniej takie samo lub rosnące znaczenie dla ich działań marketingowych. Naszą rolą jest zatem skupienie się na potrzebach klientów. Najistotniejszy jest tutaj aspekt prowadzonych przez stowarzyszenie AUMA analiz w zakresie korzyści wynikających z wystawiania się na targach zarówno dla firm jak i dla środowiska. Udowodniono bowiem, że jedno wystąpienie targowe przynosi firmie tyle samo korzyści co osiem podróży służbowych. Oznacza to oszczędność zarówno czasu, pieniędzy jak i zmniejszenie śladu węglowego.

Ogranicza między innymi bowiem liczbę koniecznych połączeń lotniczych czy transportu kołowego, korzystanie z hoteli, zużycie wody i wiele innych elementów podróży, mających negatywny wpływ na środowisko. Nie oznacza to oczywiście, że przemysł targowy jest obojętny dla środowiska. Robimy jednak bardzo wiele, aby zniwelować negatywny wpływ wynikający z naszej działalności na otoczenie. Nowoczesne obiekty są energooszczędne, a materiały wykorzystywane do budowy stoisk wielokrotnego użytku. Wiele zrobiliśmy także w zakresie ograniczenia produkcji odpadów, materiałów reklamowych, wykorzystujemy między innymi energię słoneczną i wodę deszczową.

Działania z zakresu ESG, ekologia, społeczna odpowiedzialność biznesu od kilku lat są już dla nas standardem, a nie trendem. Zainteresowania targami jest szczególnie widoczne w takich rejonach jak chociażby Chiny, gdzie między innymi otwarto trzy nowe potężne obiekty o powierzchni ponad 100 000 metrów kwadratowych. Po raz pierwszy w historii region Azji i Pacyfiku wyprzedza Europę pod względem całkowitej dostępnej powierzchni wystawienniczej, spodziewając się, że targi będą dla wielu sektorów gospodarki strategicznym narzędziem marketingu. Także po raz pierwszy Królestwo Arabii Saudyjskiej oddało do użytku w 2024 roku ponad 300 000 mkw. powierzchni. Liczba monitorowanej przez UFI powierzchni wystawienniczej wynosi 43,1 miliona metrów kwadratowych i jest to prawie 1 milion metrów kwadratowych więcej w porównaniu z danymi z 2023 roku. Spotkania na targach będą więc kluczowe.

Dr Andrzej Mochoń
Prezes Zarządu
Targi Kielce



Mateusz Kurlit
CEO, Berrylife

Przyszłość multimediiów na targach

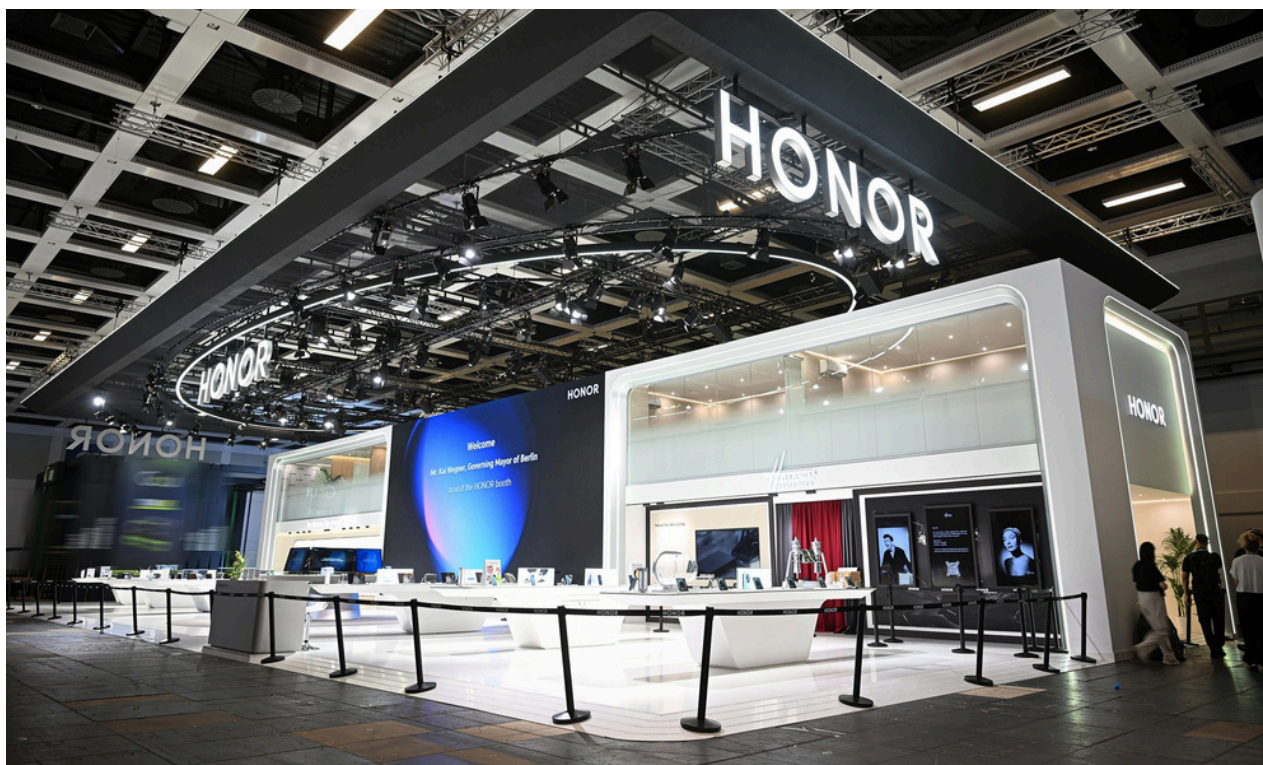
Możemy się spodziewać, że nowoczesne technologie, w tym multimedia, będą odgrywać coraz większą rolę w kreowaniu doświadczeń na targach. Personalizacja treści wspomagana AI, efekty anamorfowe i inne innowacyjne rozwiązania będą cieszyć się coraz większym zainteresowaniem. Jednak na razie to połączenie ekranów LED z wysokiej jakości contentem pozostaje najskuteczniejszym sposobem na przyciągnięcie uwagi i osiągnięcie sukcesu na targach.

Geopolityka, gospodarka i przyszłość targów

“Mówienie o przyszłości to zawsze jest rodzaj wróżenia z fusów a rozmawianie o przyszłości branży targowej to temat szczególnie trudny. Zmieniająca się sytuacja geopolityczna w sposób oczywisty rzutuje na rynki ekonomiczne w Europie ale również na całym świecie. To co obserwujemy w ostatnich tygodniach to próba odbudowania dominującej pozycji Stanów Zjednoczonych z jednoczesnym zaburzeniem dotychczasowych globalnych łańcuchów dostaw. Jeśli do tego dołożymy częściowo już wprowadzane przez USA cła na większość towarów i usług – otrzymamy bardzo ciekawy obraz tego co może dziać się w najbliższej przyszłości. Znaczący gracze w aspekcie makroekonomicznym będą zmuszeni do zrewidowania swoich dotychczasowych planów. Z pewnością nastąpi przekierowanie ekspansji firm z dalekiego wschodu na rynki inne niż USA. Biorąc pod uwagę ten aspekt sprawy widzę tutaj dużą szansę na większą niż dotychczas obecność firm z tego regionu na targach i wystawach gospodarczych w Europie ale również i Rosji. Jest to szansa dla ośrodków targowych na powtórne odbudowanie frekwencji firm z Chin, Indii czy też Korei. Myślę, że stoiska przedsiębiorstw z tego regionu powtórnie zdominują listy wystawców w najbliższych kilku latach. Ci wszyscy, którzy potrafią to wykorzystać z pewnością odniosą sukces.



Krzysztof Szofer
Wiceprezes zarządu
BWS EXPO Plus



Stoisko HONOR, wykonanie BWS EXPO Plus we współpracy z agencją Designer World

W mojej ocenie nastąpi dalszy rozwój targów a tylko od inwencji i pomysłowości zespołów organizujących imprezy zależy, które ośrodki targowe odnotują wzrost a które niestety nie. W przypadku firm świadczących usługi okołotargowe problemem może być dramatycznie niski kurs EUR oraz starzejąca się kadra wykonawcza. O ile na ten drugi czynnik mamy ograniczony wpływ o tyle jak widać kurs walut podyktowany jest działaniami politycznymi i na to niestety bezpośredniego wpływu nie mamy.

Konkludując o ile nic dramatycznego nie wydarzy się w sferze wielkiej i mniejszej polityki, rynek spotkań będzie z pewnością nadal się rozwijał i powiększał. Nie przewiduję wielkiej rewolucji w sposobie prezentacji stoisk. Z pewnością zwiększy się obecność obsługi multimedialnej na stoiskach i jeśli ten element będzie bardziej ekonomicznie atrakcyjny niż dotychczas będzie stanowił duży wolumen usług oferowanych przy aranżacji powierzchni.

Jestem umiarkowanym optymistą i trzymam kciuki za polskich organizatorów targów. Bardzo chcielibyśmy zwiększyć naszą obecność na organizowanych w kraju imprezach targowych”.

Nowe formaty wydarzeń targowych

“Goście targowi oczekują nie tylko prezentacji produktów, ale także inspirującej, merytorycznej narracji i angażującej formy, dlatego oprócz targów, coraz częściej organizujemy wydarzenia w formacie confexpo. Obserwujemy też odejście od klasycznego podziału B2B i B2C na rzecz matchmakingu uczestnik–uczestnik (wystawca-wystawca, wystawca-zwiedzający, zwiedzający-zwiedzający), który pozwala nawiązywać wartościowe relacje niezależnie od roli w ekosystemie wydarzenia. Przyszłość targów to nie tylko przestrzeń wystawiennicza – to kompleksowe doświadczenie, które zaczyna się na długo przed wejściem na teren wydarzenia i trwa jeszcze długo po jego zakończeniu”.

Tomasz Kobierski
Prezes zarządu, Grupa MTP
Prezes Rady
Polska Izba Przemysłu Targowego



Dariusz Akonom
Prezes Zarządu
Netlog

Cyfryzacja logistyki targowej i wyzwania zielonej transformacji

“Obecnie zauważamy silny trend cyfryzacji zarządzania operacjami „on site”. Proces ten został już rozpoczęty kilka lat temu w Niemczech i jest ciągle udoskonalany i wprowadzany w innych krajach. ...

... Osobnym zagadnieniem w rozwoju logistyki targowej jest optymalizowanie procesów operacji rozładunkowo załadunkowych w kierunku minimalizacji emisji dwutlenku węgla i wspieranie globalnego ruchu Net Zero Carbon Events. Wydaje się pewnym, że niebawem będzie konieczne wyliczanie śladu węglowego powstającego w trakcie transportu czy operacji „on-site” dokonywanych przy obsłudze materiałów targowych. W chwili obecnej powstały narzędzia do pomiaru i śledzenia emisji CO2 generowanych przez pracujący sprzęt rozładunkowy podczas montażu i demontażu targów. Niestety jest to faza wstępna i oparta na arkuszu EXCEL, co w praktyce uniemożliwia określenie wielkości śladu CO2 w skali całych targów.

Moim zdaniem bez narzędzi informatycznych wymienionych wcześniej, które powiążą ślad CO2 poszczególnych urządzeń rozładunkowych (zużycie paliwa na godzinę, współczynniki emisji dostosowane konkretnych rodzajów paliwa) z wykonanymi i potwierdzonymi czynnościami nie ma szans na szybkie i rozsądne wdrożenie postulatów Zielonej polityki.

Jedynym i jednocześnie możliwym do spełnienia postulatem jest konieczność wprowadzenie polityki „GO PLASTIC FREE” opartej na trzech kluczowych zasadach „R”: Reduce, Reuse, Recycle. Zdaję sobie sprawę, że wprowadzenie tych zasad doprowadzi do dodatkowych kosztów (zakup nowych systemów wystawienniczych, budowa skrzyń, zwiększone koszty logistyczne itp.) ale rozsądne i rozłożone w czasie ich wdrażanie doprowadzi do korzyści za które będą nam wdzięczni następni”.



Netlog

Branża stoisk targowych wobec zmian – optymalizacja jako droga do przetrwania

W ostatnich latach branża budowy stoisk targowych przechodzi dynamiczne zmiany, które zmuszają firmy do szybkiego dostosowywania się do nowych realiów. Niestety prognozy na przyszłość nie napawają optymizmem. Sektor mierzy się z wieloma wyzwaniami, spośród których dwa uważamy za kluczowe: drastyczny wzrost kosztów pracy oraz transformację ekologiczną, coraz mocniej egzekwowaną przez europejskie ośrodki targowe. Aby sprostać tym wyzwaniom, wiodące firmy powinny skoncentrować się na poprawie efektywności produkcji i montażu. Duży potencjał tkwi w optymalizacji procesów logistycznych, które często pochłaniają znaczną część budżetu projektowego. Usprawnienie tych procesów może ograniczyć konieczność angażowania licznych zespołów montażowych, co bezpośrednio przełoży się na redukcję kosztów i zwiększenie konkurencyjności na europejskim rynku”.



Łukasz Paluszek
Prezes
NEO EXPO

Trendy w projektowaniu i marketingu targowym

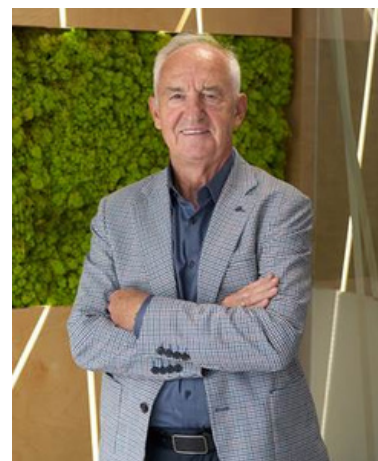
W świecie dynamicznie zmieniającej się komunikacji wizualnej i rosnących oczekiwań odwiedzających, projektowanie stoisk oraz działania marketingowe wokół wydarzeń targowych nabierają nowego wymiaru. To już nie tylko kwestia estetyki, ale przede wszystkim skutecznego przyciągnięcia uwagi, budowania doświadczeń i wzmacniania tożsamości marki. Obserwujemy wyraźne przesunięcia w kierunku bardziej zrównoważonych, interaktywnych i zintegrowanych rozwiązań, które odpowiadają na potrzeby nowoczesnego odbiorcy.

Stoiska „skrojone na miarę”

W 2024 roku trendy w budowie stoisk targowych łączyły estetykę z funkcjonalnością, aspekty ekologiczne wraz z zaawansowaną technologią. Dominowały indywidualnie zaprojektowane stoiska, „skrojone na miarę” wystawców chcących wyróżnić się wśród tłumu powtarzalnych stoisk systemowych.

Tak jak w latach poprzednich nawiązano do tematyki zrównoważonego rozwoju. Położono nacisk na korzystanie z materiałów pochodzących z recyklingu. Wyodrębnione, wyciszone i wypełnione roślinnością enklawy, oferowały zwiedzającym przyjazną i relaksującą atmosferę. Jednak kluczową rolę odgrywała technologia, sterowana przez sztuczną inteligencję (AI), dzięki której możliwa była personalizacja doświadczeń, co zwiększało skuteczność komunikacji z klientem docelowym. Ekrany dotykowe, wirtualna i rozszerzona rzeczywistość (VR/AR) oraz interaktywne instalacje angażowały zwiedzających. Interesujące były teatralne aspekty niektórych stoisk targowych. Przykładem mogą być pop-artowskie gigantyczne, wręcz przeskalowane, przedmioty użytku codziennego nawiązujące do cech czołowych produktów znanej marki sprzętu AG.

Zadaniem targów jest nie tylko prezentacja oferty wystawców, ale tworzenie niezapomnianych wrażeń, na długo zapadających w pamięci potencjalnych klientów.



Andrzej Meliński
Prezes
Meliński Minuth

Zmiana układu sił w branży – przyszłość zabudowy targowej zaczyna się na Wschodzie

Jeśli chodzi o tendencje w rodzaju usług oferowanych przez firmy wykonujące zabudowy stoisk targowych to uważam, że będziemy w coraz większym stopniu uzależnieni od pomysłów, które są realizowane w dużych biurach projektowych na Dalekim Wschodzie. Tam będą kreowane trendy związane ze stylistyką stoisk i to właśnie tam będą podejmowane decyzje czy zabudowa realizowana będzie w sposób indywidualny czy też nastąpi powrót do systemów wystawienniczych. Oczywiście nadal pracować będziemy z klientami bezpośrednimi będzie to jednak coraz większy margines, duże ekspozycje realizowane będą w większości jak dotąd przez agencje. Nadal duże projekty będą procedowane w sposób dwuetapowy – pierwszy - przetarg na koncepcję i projekt stoiska a drugi na wykonawstwo.

Krzysztof Szofer
Wiceprezes Zarządu
BWS EXPO Plus

Działania Polskiej Izby Przemysłu Targowego

W 2024 roku Polska Izba Przemysłu Targowego, oprócz realizacji działań wynikających ze statutu, aktywnie angażowała się w inicjatywy wspierające rozwój branży. Ponadto przyznała Znaki Jakości z certyfikatem, zorganizowano kolejną edycję branżowego konkursu Ekspozycja Roku, a także kontynuowano rozwój programu edukacyjno-zawodowego Monter Expo, który z roku na rok zyskuje coraz większe znaczenie w środowisku targowym.

Działania na rzecz rozwoju branży targowej

Znaki z certyfikatem

Firma z rekomendacją
i Targi z rekomendacją

Branżowy konkurs

Osma edycja Konkursu
Ekspozycja Roku

Monter Expo

Kształcimy
młode pokolenie
profesjonalistów



2024

Znaki z certyfikacją Polskiej Izby Przemysłu Targowego

Branża targowa jest niezwykle dynamiczna i konkurencyjna, ale jedno pozostaje niezmiennie - potrzeba budowania zaufania wśród wystawców, zwiedzających, klientów i partnerów biznesowych. Polska Izba Przemysłu Targowego przyznaje certyfikaty - Znaki Jakości, które pomagają w osiągnięciu tego celu. Dwa wyróżnienia – "Targi z rekomendacją PIPT" i "Firma z rekomendacją PIPT" są gwarancją rzetelności, jakości i profesjonalizmu.

Znak z certyfikatem Targi z rekomendacją

Znak „Targi z Rekomendacją Polskiej Izby Przemysłu Targowego” jest potwierdzeniem najwyższej jakości wydarzeń, organizowanych przez Organizatora targów. Certyfikat ten stanowi solidny system akredytacji dla targów w Polsce

Znak z certyfikatem Firma z rekomendacją

Znak „Targi z Rekomendacją Polskiej Izby Przemysłu Targowego” jest potwierdzeniem najwyższej jakości wydarzeń, organizowanych przez Organizatora targów. Certyfikat ten stanowi solidny system akredytacji dla targów w Polsce



Branżowy konkurs Ekspozycja Roku

Celem Konkursu jest propagowanie nowatorskich rozwiązań architektonicznych w wystawiennictwie i działalności eventowej oraz promowanie wysokiej jakości usług w zakresie projektowania i/lub realizacji ekspozycji na targach i eventach oraz ich wykonawców. Wszystkie nagrodzone ekspozycje w poszczególnych kategoriach wyróżniają się wyjątkowym podejściem do prezentacji produktów, efektywnym wykorzystaniem przestrzeni oraz innowacyjnymi rozwiązaniami, które przyciągają uwagę odwiedzających.

Wyniki ósmej edycji Konkursu dostępne są [TUTAJ](#).



Monter Expo - wspólna inwestycja oświaty i biznesu dla branży targowej

Projekt Monter Expo powstał, aby kształcić nowe pokolenia specjalistów w branży targowo-wystawienniczej. Każdego roku kolejne roczniki uczniów zdobywają wiedzę i umiejętności niezbędne do pracy jako monterzy konstrukcji targowych oraz technicy obsługi przemysłu targowego.

Niezwykle ważnym elementem programu nauczania jest możliwość odbywania praktyk zawodowych przez uczniów w firmach zrzeszonych w Polskiej Izbie Przemysłu Targowego. Dzięki temu przyszli specjaliści nie tylko poznają realia pracy w branży, ale także mają szansę zdobyć cenne doświadczenie w renomowanych przedsiębiorstwach, które kształtują polski i międzynarodowy rynek targowy.



Monter EXPO – kształcimy młode pokolenie profesjonalistów

“Monter EXPO to projekt, który z powodzeniem łączy edukację zawodową z potrzebami rynku pracy. W Zespole Szkół Budowlano-Drzewnych w Poznaniu już od trzech lat uczniowie kształcą się i zdobywają kwalifikacje w zawodach monter konstrukcji targowo-wystawienniczych (na poziomie branżowej szkoły I stopnia) oraz technik obsługi przemysłu targowo-wystawienniczego (na poziomie technikum). Program edukacyjny w tym unikalnym projekcie to połączenie stolarstwa, robót wykończeniowych oraz elektromechaniki, a także praktycznych doświadczeń w realnych warunkach pracy”.



mgr Tomasz Szłapiński
Dyrektor
Zespół Szkół Budowlano-Drzewnych

Współpraca między biznesem a oświatą – klucz do sukcesu

Współpraca między biznesem a oświatą stanowi fundament powodzenia takich inicjatyw jak Monter EXPO. Dzięki zaangażowaniu firm z branży targowej, uczniowie mogą odbywać praktyki zawodowe, uczestniczyć w szkoleniach, a także brać udział w wycieczkach zawodoznawczych, które przybliżają im realia pracy w tej dynamicznej branży. Na przykład, uczniowie klas Monter EXPO mieli okazję obserwować montaż największych targowych wydarzeń (Motor Show, Budma i inne), a także uczestniczyć w konferencjach, takich jak „Młodzi na Targach”, które odbywały się w ramach współpracy szkoły z Polską Izłą Przemysłu Targowego i Grupą MTP. Tego typu współpraca nie tylko wspiera młodzież w zdobywaniu wiedzy, ale również tworzy most pomiędzy edukacją a praktyką zawodową. Uczniowie poznają tajniki pracy w branży targowej, biorą udział w wydarzeniach branżowych, a także - dzięki uprzejmości Grupy MTP - mają dostęp do imiennych kart VIP, które umożliwiają im uczestniczenie nie tylko w targach i eventach organizowanych przez MTP, ale także w montażu.

Współpraca ze szkołą i zaangażowanie firm związanych z branżą targową w organizację praktyk zawodowych ma ogromne znaczenie. Dzięki temu uczniowie mogą od samego początku nauki budować swoje doświadczenie, co w przyszłości otwiera przed nimi szerokie możliwości zawodowe. To podejście umożliwia młodym ludziom zdobycie umiejętności, które są cenione na rynku pracy i wprowadza ich bezpośrednio do branży, w której chcą działać.

Zespół Szkół Budowlano-Drzewnych w Poznaniu zaprasza do współpracy firmy oraz młodych ludzi, którzy chcą rozwijać swoje pasje zawodowe w branży targowej. Projekt Monter EXPO to nie tylko możliwość zdobycia fachowych kwalifikacji, ale i realna droga do sukcesu zawodowego, który zaczyna się od edukacji. Współpraca z Polską Izłą Przemysłu Targowego jest wzorowa, pełna inicjatyw i pomysłów, które odpowiadają na potrzeby szkoły.

O nas

Jesteśmy wpływową polską organizacją

Dążymy do wzmocnienia pozycji polskiego rynku targowego poprzez budowanie wszechstronnej platformy współpracy dla wszystkich jego uczestników. Aktywnie działamy na rzecz tworzenia sprzyjających warunków dla rozwoju branży targowej w Polsce.

Dzięki bliskiej współpracy z członkami PIPT mamy pewność, że nasze działania zawsze trafiają w sedno ich potrzeb. Jesteśmy dumni, że możemy być głosem branży targowej i aktywnie przyczynić się do jej rozwoju.

Jesteśmy źródłem aktualnych informacji na temat branży

Jesteśmy cytowani w mediach, m.in. w takich tytułach jak Rzeczpospolita, Puls Biznesu, MICE Poland. Co roku publikujemy Raport Targi w Polsce, który jest cennym źródłem informacji dla wszystkich, którzy chcą być na bieżąco z aktualną sytuacją w branży targowej. Naszą stroną i social media śledzą osoby ściśle związane z branżą targową, jak również liczne instytucje, organizacje czy dziennikarze.

Członkami PIPT są organizatorzy targów i operatorzy obiektów targowo-konferencyjnych w Polsce, dostawcy usług projektowania, budowy i wyposażania stoisk targowych, transportu i spedycji targowej, organizatorzy wystąpień polskich firm w targach za granicą i przedstawicielstwa targów zagranicznych w Polsce, a także firmy z branży reklamy i marketingu, IT, media, przedsiębiorstwa gastronomiczne i dostawcy bazy noclegowej dla klientów targów.

[Lista członków Polskiej Izby Przemysłu Targowego](#)

Raport Polskiej Izby Przemysłu Targowego "Targi w Polsce w 2024 roku"

Wydawca: Polska Izba Przemysłu Targowego ul. Bukowska 12, 60-810 Poznań

Redaktor naczelny: Aleksandra Wardach

Współautorzy: Wiesława Galińska, Jan Studencki