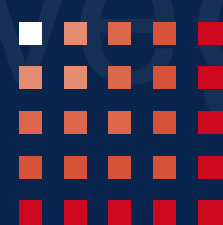


Raport Polskiej Izby Przemysłu Targowego

Targi w Polsce w 2013 roku

- Statystyki targów
- Obiekty targowo-konferencyjne
- Liderzy usług targowych
- 20-lecie Polskiej Izby Przemysłu Targowego

- Exhibition Statistics
- Exhibition and Conference Venues
- Leaders of Trade Fair Services
- 20th Anniversary of Polish Chamber of Exhibition Industry



AMBASADOR TARGÓW

Honorowy Tytuł Polskiej Izby Przemysłu Targowego

EXHIBITION AMBASSADOR



Tytuł przyznawany przedstawicielom świata biznesu,
nauki i polityki, którzy działają na rzecz promocji
targów w Polsce i za granicą



Polska Izba Przemysłu Targowego
Polish Chamber of Exhibition Industry

www.polfair.pl

Raport Polskiej Izby Przemysłu Targowego

Targi w Polsce w 2013 roku

- Statystyki targów
- Obiekty targowo-konferencyjne
- Liderzy usług targowych
- 20-lecie Polskiej Izby Przemysłu Targowego

- Exhibition Statistics
- Exhibition and Conference Venues
- Leaders of Trade Fair Services
- 20th Anniversary of Polish Chamber of Exhibition Industry



Polska Izba
Przemysłu
Targowego

Raport Polskiej Izby Przemysłu Targowego
Targi w Polsce w 2013

Wydawca / Editor:
Polska Izba Przemysłu Targowego
ul. Bukowska 12, 60-810 Poznań
tel. 61 866 15 32, fax 61 866 10 53
e-mail: info@polfair.com.pl
www.polfair.pl

Redaktor naczelna / Editor-in-Chief:

Marzenna Łukaszewicz

Redaktor techniczny / Layout editor

Sławomir Erkiert

Zespół redakcyjny / Editorial Team:

Marzenna Łukaszewicz, Halina Trawa, Jan Studencki,
Sławomir Erkiert

Fot. Marcin Melanowicz, Karol Pruski, Studio Ozdoba,
arch. PIPT

Tłumaczenie: Marcin Domiter

DTP: Interlinia

© Polska Izba Przemysłu Targowego, Poznań 2014

Redakcja oraz wydawca nie odpowiadają za treść
reklam i ogłoszeń

Spis treści / Table of Contents

Wstęp	5
Foreword	5
1993–2013 – to już 20 lat samorządu targowego w Polsce	6
1993–2013 – 20 Years of the Exhibition Self-Government in Poland	6
Nieżył 2013 rok dla polskich targów	14
2013 - A Positive Year For Exhibitions in Poland	14

Raport PIPT: Targi w Polsce w 2013 roku / Exhibitions in Poland in 2013. Report

Targi w Polsce w 2013 roku według miast	16
Exhibitions in Poland in 2013 by Cities	16
Targi w Polsce w 2013 roku według branż	23
Exhibitions in Poland in 2013 by Industry Sectors	23
Definicje statystyczne	30
Statistical Definitions	30
Obiekty targowo-konferencyjne	32
Exhibitor and Conference Venues	32
Lider Usług Targowych 2013	38
The Leader of Trade Fair Services 2013	38
Stoisko Roku 2013	40
The Stand of the Year 2013	40
Polskie firmy budują stoiska targowe na całym świecie	42
Polish Companies Construct Exhibition Stands All Over the World	42
Pojawia się wyzwanie!	44
A Challenge Emerges!	44
Firmy targowe wspierają internacjonalizację polskich przedsiębiorców	48
Trade Fair Companies Support Internationalization of Polish Entrepreneurs	48
Spedycja targowa – uniwersalność i profesjonalizm	54
Exhibition Forwarding – Versatility and Professionalism	54
Honorowy Tytuł PIPT Ambasador Targów	56
The Exhibition Ambassador Honorary Title	56
Edukacja targowa/Trade Fair Education	
Programy edukacyjne w zakresie marketingu targowego na uczelniach wyższych w Polsce	62
Trade Fair Marketing Curricula at Tertiary Institutions in Poland	62
Certyfikat „Rekomendacja Polskiej Izby Przemysłu Targowego”	64
”Recommendation by Polish Chamber of Exhibition Industry ”	64
Członkowie Polskiej Izby Przemysłu Targowego	66
Members of Polish Chamber of Exhibition Industry	66
Członkowie Honorowi Polskiej Izby Przemysłu Targowego	70
Honorary Members of Polish Chamber of Exhibition Industry	70
Władze i Biuro Polskiej Izby Przemysłu Targowego	71
Polish Chamber of Exhibitions Industry Decision – Making Bodies and Head Office	71
Rola targów w rozwoju gospodarczym	74
The Role of Exhibitions in the Economic Development	74

Wstęp

Z wielką przyjemnością prezentuję Państwu dwudzieste pierwsze wydanie Raportu PIPT Targi w Polsce – najstarszego wydawnictwa polskiego samorządu targowego, ukazującego się cyklicznie co rok od 1994 roku, prezentującego stan i kondycję rynku targowego w Polsce objętego badaniami Polskiej Izby Przemysłu Targowego.

Zasadniczą część Raportu PIPT Targi w Polsce w 2013 roku stanowią tradycyjnie dane statystyczne targów, zorganizowanych w minionym roku przez członków PIPT, już po raz szósty potwierdzone audytem CENTREX – Międzynarodowego Związku Statystyk Targowych z siedzibą w Budapeszcie. Podstawowe parametry statystyczne targów, takie jak powierzchnia targowa wynajęta wystawcom, liczba wystawców i liczba zwiedzających na targach w 2013 roku dowodzą, że był to dobry rok.

Informacje statystyczne zawarte w niniejszym Raporcie prezentujemy jednocześnie na stronach internetowych PIPT www.polfair.pl. Wielką wartość promocyjną ma dla nas fakt, że statystyki targów zorganizowanych przez członków Polskiej Izby Przemysłu Targowego w 2013 roku po raz kolejny zostaną opublikowane w dorocznym Raporcie CENTREX, organizacji zrzeszającej największych organizatorów targów z regionu Europy Środkowowschodniej, a PIPT poświęcony jest specjalny rozdział publikacji, Polskie statystyki znajdują się również w raporcie Euro Fair Statistics wydawanym przez UFI - Światowe Stowarzyszenie Przemysłu Targowego, którego PIPT jest członkiem od 1996 roku.

O wynikach rynku targowego w Polsce w minionym roku z pewnością zadecydował szereg czynników, a wśród nich zdecydowanie lepsza koniunktura gospodarcza w wielu branżach gospodarki. Ona właśnie zaowocowała lepszą kondycją finansową wielu mikro, małych i średnich firm, które są uczestnikami targów. Nie bez znaczenia jest również rosnąca świadomość przedsiębiorców co do znaczenia targów jako skutecznego instrumentu marketingu i komunikacji w biznesie. Odwiedzając targi w Polsce w minionym roku nie sposób było nie zauważyć, iż wykorzystujący ożywienie gospodarcze wystawcy kontynuujący uczestnictwo w targach, przede wszystkim zainwestowali w poprawę jakości swoich wystąpień targowych, poprzez zindywidualizowane pod kątem ich potrzeb marketingowych ekspozycje, nie zaś jedynie w wielkość stoisk targowych.

Nie ma wątpliwości co do tego, iż do udziału w targach w Polsce zachęca odmieniona, systematycznie rozbudowywana i modernizowana w ostatnich latach infrastruktura targowa oraz wysoka jakość i szerokie spektrum usług świadczonych przez polskie firmy działające w przemyśle targowym. Na prezentację najlepszych polskich obiektów targowo-konferencyjnych oraz liderów usług wystawienniczych tj. w zakresie projektowania i budowy stoisk targowych, nagrodzonych w konkursach Stoisko Roku 2013 i Lider Usług Targowych 2013, także poświęciliśmy w niniejszym Raporcie należne im miejsce.

Jest mi niezmiernie miło zaprosić Państwa również do lektury kilku stron Raportu poświęconych obchodzonemu przez nas w 2013 roku jubileuszowi 20-lecia polskiego samorządu targowego i Polskiej Izby Przemysłu Targowego – jedynej ogólnopolskiej organizacji zrzeszającej profesjonalnych organizatorów targów, operatorów obiektów targowych, organizatorów wystąpień zagranicznych polskich wystawców, firmy projektujące i budujące stoiska targowe oraz produkujące elementy zabudowy stoisk, firmy transportu i spedycji targowej, media targowe i inne.

Pragnę wyrazić nadzieję, że niniejszy Raport PIPT zyska zainteresowanie Czytelników i umożliwi Państwu prawidłową ocenę polskiego przemysłu targowego, w którym tkwi olbrzymi potencjał i który ma przed sobą duże perspektywy rozwoju.

dr Andrzej Byrt

Prezes Rady Polskiej Izby Przemysłu Targowego



Foreword

It is my great pleasure to present the twenty-first issue of the Report of Polish Chamber of Exhibition Industry Exhibitions in Poland – the oldest publication of the Polish exhibition self-government, which has been published regularly every year since 1994, and which presents the situation and the condition of the exhibition market in Poland included in PCEI research.

The core of the PCEI Report Exhibitions in Poland in 2013 is the statistical data of the exhibitions organized last year in Poland by the members of PCEI and audited for the sixth time by CENTREX – the International Exhibition Statistics Union from Budapest. The basic parameters of the exhibitions in 2013, such as rented exhibition space or the number of exhibitors and visitors prove that it was a good year.

The statistical information included in this Report has been also published on PCEI website www.polfair.pl. The great promotional value for us is the fact that the statistics of exhibitions organized by the members of Polish Chamber of Exhibition Industry in 2013 will again be published in the annual Report by CENTREX, the organization which associates the largest exhibition organizers from Central and Eastern Europe, and a special chapter of this publication has been devoted to PCEI. Polish statistics will also be published in the Euro Fair Statistics report by UFI – the Global Association of the Exhibition Industry, whose member PCEI has been since 1996.

The results achieved by the Polish exhibition market last year were influenced by many factors, one of them being a decisively better situation in many sectors of the economy. This positive trend decided about better financial condition of many micro, small and medium enterprises which participate in exhibitions. Another factor which is not less important is the growing awareness of entrepreneurs of the role of exhibitions as an efficient tool of marketing and communication in business. Visiting exhibitions in Poland last year one couldn't help noticing that exhibitors used the economic revival and continued to participate in exhibitions while investing, above all, in improving the quality of their participation through expositions tailored to their marketing needs and not only in the size of the exhibition stands.

There is no doubt that what encourages participation in exhibitions in Poland is the upgraded exhibition infrastructure, systematically developed and modernized in the recent years, as well as the high quality and a wide portfolio of services offered by Polish companies which operate on the exhibition market. The presentation of the best Polish exhibition and conference venues and the leaders of trade fair services recognized in the competitions Stand of the Year 2013 and the Leader of Trade Fair Services 2013, which design and construct exhibition stands, has also been included in this Report.

It is also my great pleasure to encourage you to read several pages of our Report devoted to the 20th anniversary of the Polish exhibition self-government and Polish Chamber of Exhibition Industry, which we celebrated in 2013. PCEI is the only nation-wide organization which associates professional exhibition organizers, operators of exhibition venues, organizers of participation of Polish companies in exhibitions abroad, companies which design and construct exhibition stands and which produce stand construction elements, exhibition transport and forwarding companies, exhibition media, and others.

It is my hope that this PCEI Report will prove an interesting reading and it will provide you with an accurate overview of the Polish exhibition industry which has an enormous potential and great perspectives for development.

Andrzej Byrt, PhD

President of the Board of Polish Chamber of Exhibition Industry

1993–2013 – to już 20 lat samorządu targowego w Polsce

1993–2013 – 20 Years of the Exhibition Self-Government in Poland

Rok 2013 był rokiem obchodów 20 rocznicy ustanowienia polskiego samorządu gospodarczego przedsiębiorców prowadzących działalność w branży targów, a tym samym powołania do życia Polskiej Izby Przemysłu Targowego.

2013 was the year of celebrating the 20th anniversary of establishing the economic self-government of Polish entrepreneurs operating in the exhibition industry and founding Polish Chamber of Exhibition Industry.

PIPT dziś to jedyna ogólnopolska organizacja zrzeszająca podmioty gospodarcze zajmujące się organizacją targów, zarządzaniem obiektami targowo-konferencyjnymi, a także organizatorów wystąpień polskich wystawców w targach za granicą, przedstawicielstwa targów zagranicznych w Polsce, firmy świadczące usługi w zakresie projektowania, budowy i wyposażania stoisk targowych, transportu i spedycji targowej, media targowe oraz dostawcy szeregu innych usług komplementarnych dla targów.

Dwadzieścia lat intensywnej pracy profesjonalistów targowych przyniosło znaczące efekty:

- PIPT jest integratorem i poważanym reprezentantem interesów środowiska targowego wobec władz centralnych i samorządowych w Polsce, prowadzącym działalność lobbującą na rzecz poprawy warunków organizacji targów w Polsce oraz promocję polskich targów i ich znaczenia dla rozwoju gospodarczego kraju,
- PIPT jest jedyną organizacją monitorującą polski rynek targowy według międzynarodowych standardów i parametrów statystycznych i publikującą informacje o tym rynku w postaci potwierdzonych audytem CENTREX – Międzynarodowego Związku Statystyk Targowych danych statystycznych dotyczących powierzchni wynajętej na targach, liczby wystawców i liczby zwiedzających; jest wydawcą unikatowego Raportu Targi w Polsce, ukazującego się nieprzerwanie od 20 lat,
- PIPT jest od 1996 roku aktywnym członkiem UFI – Światowego Stowarzyszenia Przemysłu Targowego z siedzibą w Paryżu i najważniejszym reprezentantem przemysłu targowego regionu Europy Środkowowschodniej. Przez intensywną współpracę zagraniczną i szeroką promocję polskiego rynku targowego i polskiej gospodarki w świecie, zwłaszcza w Europie i w Unii Europejskiej, PIPT wspiera otwarcie polskiego rynku targowego na zewnętrzny świat biznesu i polityki gospodarczej,
- PIPT prowadzi od lat edukację na poziomie szkół wyższych i promocję targów jako skutecznego instrumentu komunikacji w biznesie i marketingu, a także instrumentu internacjonalizacji i wzrostu konkurencyjności dla małych i średnich przedsiębiorstw.

PCEI is the only nation-wide organization which associates businesses which organize trade fairs and exhibitions, manage exhibition and conference venues, organize participation of Polish companies in exhibitions abroad, as well as the representatives of foreign exhibitions in Poland, companies which design, construct and equip exhibition stands, provide transport and forwarding services for exhibitions, as well as the exhibition media and providers of a wide range of exhibition-related services.

The twenty years of intensive work of exhibition experts and professionals brought about significant effects:

- PCEI is the integrator and the respected representative of the interests of the exhibition market before state and local authorities in Poland and it conducts lobbying activities aimed at improving the conditions of organizing exhibitions in Poland and at promoting Polish exhibitions and their role in the economic development of the country,
- PCEI is the only organization which monitors the Polish exhibition market according to international standards and statistical parameters and which publishes statistical data about this sector audited by CENTREX - the International Exhibition Statistics Union - concerning the rented exhibition space, the number of exhibitors and visitors. It is the publisher of the unique Report: Exhibitions in Poland which has been published every years for 20 year,
- Since 1996 PCEI has been an active member of UFI - the Global Association of the Exhibition Industry located in Paris, and the most prominent representative of the exhibition industry in the Central and Eastern Europe. Through the intensive international cooperation and wide promotion of the Polish exhibition market and the Polish economy abroad, PCEI supports the opening of the Polish exhibition market to the external world of business and the economic policy,
- For many years now PCEI has conducted educational activities in tertiary institutions and promoted exhibitions as an efficient tool communication tool in business and marketing, and as an instrument of internationalization and increased competitiveness for small and medium enterprises.



Obchodom Jubileuszu 20-lecia polskiego samorządu targowego w 2013 roku Polska Izba Przemysłu Targowego nadała uroczystą oprawę i szczególny charakter. Zaproszenie do Komitetu Honorowego obchodów Jubileuszu 20-lecia przyjęli wybitni ludzie świata polityki, gospodarki, nauki i mediów, którzy swoją działalnością wspierają ideę targów i przyczyniają się do ich rozwoju.

Komitetowi Honorowemu przewodniczył Janusz Piechociński, Minister Gospodarki, Wicepremier RP. Ponadto w skład Komitetu weszli: Waldemar Pawlak, b. Wicepremier i Minister Gospodarki, poseł na Sejm RP; Wojciech Lubawski, Prezydent Kielc; Ryszard Grobelny, Prezydent Poznania; Adam Szejnfeld, Poseł na Sejm RP, członek Sejmowej Komisji Gospodarki; Andrzej Arendarski, Prezes Krajowej Izby Gospodarczej; Janusz Steinhoff, b. Wicepremier i Minister Gospodarki, Przewodniczący Rady KIG; Tadeusz Donocik, b. Wiceminister Gospodarki, Prezes Regionalnej Izby Gospodarczej w Katowicach, Wiceprezes KIG; prof. dr hab. Henryk Mruk, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu; dr Marcin Gębarowski, Politechnika Rzeszowska; Grzegorz Kiszluk, redaktor naczelny magazynu Brief.

Logo Jubileuszu 20-lecia było wykorzystywane we wszystkich działaniach PR Izby, wyeksponowane na stronie www.polfair.pl, umieszczane w komunikatach PIPT, a także przekazane Członkom Izby do wykorzystania w działaniach promocyjnych. Logotyp znalazł się również na awersie Medalu Pamiątkowego, na okolicznościowych kopertach, używanych do oficjalnej korespondencji PIPT oraz na teczkach dyplomowych. Medal wraz z pamiątkowym dyplomem został wręczony osobom zaangażowanym w rozwój samorządu targowego podczas uroczystej Gali 20-lecia, a także przesłany do Członków PIPT i partnerów Izby: Członków Komitetu Honorowego obchodów Jubileuszu 20-lecia, ministrów Rządu RP, posłów na Sejm RP, prezydentów miast targowych, władz Krajowej Izby Gospodarczej i członkowskich izb gospodarczych, agend rządowych i pozarządowych, a także naukowców współpracujących z PIPT. PIPT miała również zaszczyt wręczyć Medal Pamiątkowy przedstawicielom władz UFI – Światowego Stowarzyszenia Przemysłu Targowego.

Z okazji Jubileuszu 20-lecia PIPT opublikowała specjalne wydanie Raportu Targi w Polsce, zawierające dodatek okolicznościowy podsumowujący historię samorządu targowego w Polsce i największe jego osiągnięcia oraz uruchomiła w nowej odsłonie stronę internetową www.polfair.pl

Polish Chamber of Exhibition Industry provided festive settings and a special character to the celebration of the 20th anniversary of the Polish exhibition self-government in 2013. The invitation to the Honorary Committee of the organization of the 20th anniversary was accepted by renowned personalities from the world of politics, economy, science and media who support the concept of exhibitions in their actions, and who foster their development.

The Honorary Committee was chaired by Janusz Piechociński, the Minister of the Economy, Deputy Prime Minister of Poland. The members of the Committee were: Waldemar Pawlak, former Deputy Prime Minister and the Minister of the Economy, MP; Wojciech Lubawski, the Mayor of Kielce; Ryszard Grobelny, the Mayor of Poznań; Adam Szejnfeld, MP, (Parliamentary Economic Commission); Andrzej Arendarski, President of the Polish Chamber of Commerce; Janusz Steinhoff, former Deputy Prime Minister and the Minister of the Economy, Chairman of the Board of the Polish Chamber of Commerce; Tadeusz Donocik, former Deputy Minister of the Economy, President of the Regional Chamber of Commerce in Katowice, Vice-President of the Polish Chamber of Commerce; Prof. Henryk Mruk, Poznań University of Economics; Marcin Gębarowski PhD, Rzeszów University of Technology; Grzegorz Kiszluk, editor-in-chief, Brief magazine.

The logo of the 20th anniversary was used in all PR actions, placed in PCEI press releases, promoted on the website www.polfair.pl and provided to all the Members of the Chamber. The logotype was also used on the obverse of the Honorary Medal, on special envelopes used in official PCEI correspondence, and on diploma folders. The Medal and the commemorative diploma were presented to persons engaged in the development of the exhibition self-government during a festive Gala. The Medals were also presented to the Members of the Chamber, the Honorary Members, Members of the Honorary Committee of the organization of the anniversary, Ministers of the Government, Members of Parliament, Mayors of cities, heads of the Polish Chamber of Commerce and economic chambers, heads of government and non-governmental organizations, as well as to scientists who cooperate with PCEI. PCEI had the honor to present the Medal to the representatives of UFI authorities - the Global Association of the Exhibition Industry.

For the 20th anniversary PCEI published a special edition of the Report Exhibitions in Poland including a supplement summarizing the history of the exhibition self-government in Poland and its most significant achievements, as well as launched a redeveloped website www.polfair.pl



Najważniejszą inicjatywą z okazji 20-lecia było podjęcie starań o przyznanie przez Prezydenta RP Bronisława Komorowskiego najwyższych odznaczeń państwowych dla osób z branży za ich wkład w rozwój samorządu targowego i targów. Wnioski przygotowano dla kandydatów zgłoszonych przez Członków oraz kandydatów wybranych przez Radę PIPT, z uwzględnieniem takich kryteriów jak: okres członkowski, zaangażowanie w pracę społeczną w organach, komisjach tematycznych, sekcjach branżowych Izby oraz inne wybitne zasługi dla rozwoju targów i samorządu targowego. Wnioski o odznaczenia zostały złożone w Ministerstwie Gospodarki w czerwcu 2013 r. Ceremonia wręczenia przyznanych odznaczeń miała miejsce w dniu 28.10.2013 r. w Warszawie, podczas Gali 20-lecia PIPT w Ministerstwie Gospodarki.

Gala Jubileuszowa była najważniejszym punktem obchodów Jubileuszu 20-lecia PIPT. Zaproszenie do udziału w Gali otrzymało niemal 400 adresatów, wśród nich: Członkowie Izby i Członkowie Honorowi, Członkowie Komitetu Honorowego obchodów Jubileuszu, ministrowie najważniejszych resortów gospodarki i ministrowie z Gabinetu Prezydenta RP, posłowie z sejmowej Komisji Gospodarki, prezydenci miast targowych, wojewodowie i marszałkowie województw, szefowie izb gospodarczych i władz Krajowej Izby Gospodarczej, rektorzy i profesory wyższych uczelni współpracujących z PIPT, szefowie agend rządowych i organizacji pozarządowych oraz szefowie firm branży targowej spoza PIPT.

Gałę z udziałem ponad 120 gości, poprowadzili Janusz Piechociński, Wicepremier RP i Minister Gospodarki, oraz Andrzej Byrt, Prezes Rady PIPT. Podczas Gali zaprezentowany został 20-letni dorobek polskiego przemysłu. Przedstawiono sylwetki osób zasłużonych dla rozwoju polskiego samorządu targowego. Gala była połączona z uroczystością wręczenia Prezydentowi Poznania, Ryszardowi Grobelnemu Honorowego Tytułu „Ambasador Targów 2012”.

Punktem kulminacyjnym Gali była ceremonia wręczenia odznaczeń państwowych przyznanych przez Prezydenta RP Bronisława Komorowskiego osobom zasłużonym dla rozwoju gospodarki, przemysłu targowego w Polsce i samorządu targowego. Wicepremier Janusz Piechociński pogratulował zaangażowanym w przemysł targowy i zachęcił do dalszej pracy na rzecz rozwoju targów.

W dniu oficjalnych obchodów, tj. Gali Jubileuszu 20-lecia w Ministerstwie Gospodarki, odbyła się uroczysta kolacja w restauracji Belvedere w Łazienkach Warszawskich z udziałem uczestników Gali – Członków PIPT i zaproszonych gości.

W imieniu odznaczonych podziękował Andrzej Bobiński
Andrzej Bobiński thanked on behalf of the awarded

The most important initiative of the 20th anniversary was an attempt to have the highest state decorations presented by the President of Poland, Mr. Bronisław Komorowski, to persons from the exhibition sector for their input in the development of the exhibition self-government. The applications were prepared for the candidates submitted by the members and nominated by the Board of PCEI using such criteria as: membership period, engagement in social work in the bodies, thematic commissions and trade sections of the Chamber, and for other outstanding achievements in the development of the exhibition self-government. The applications were submitted to the Ministry of the Economy in June 2013. The presentation ceremony was held on October 28, 2013 in Warsaw, during the Gala of the 20th Anniversary of PCEI in the Ministry of the Economy.

The Anniversary Gala was the crowning moment of the celebrations. Over 400 persons were invited to the Gala, including the Members of the Chamber and the Honorary Members, Members of the Honorary Committee of the Anniversary, Ministers of the most important sectors of the Polish economy, Ministers of the Presidential Cabinet, Members of Parliament from the Economic Commission, Mayors of exhibition cities, Voivods and Marshals of Voivodships, heads of economic chambers, authorities of the Polish Chamber of Commerce, University Presidents and professors of institutions which cooperate with PCEI, heads of government and non-governmental organizations, as well as heads of exhibition companies not associated in PCEI.

The Gala with over 120 guests was led by Janusz Piechociński, Deputy Prime Minister and the Minister of the Economy, and Andrzej Byrt, the President of the Board of PCEI. During the Gala there was a presentation of the 20 years of achievements of the Polish Exhibition Industry. There were also presentations of the persons who had a great influence on the development of the Polish exhibition self-government. The Gala was also connected with the presenting the Mayor of Poznań, Ryszard Grobelny, with the Honorary Title of the „Exhibition Ambassador 2012” and a commemorative statuette.

The festivities of the Gala were crowned by the presentation of state decorations by the President of Poland, Mr. Bronisław Komorowski, to persons who rendered great services to the development of the economy, the exhibition industry in Poland, and the exhibition self-government. Deputy Prime Minister congratulated the persons engaged in the exhibition sector and encouraged them to further work for the benefit of exhibitions.

On the day of the 20th Anniversary Gala in the Ministry of Economy, an official dinner was held in the Belvedere restaurant in Łazienki Park in Warsaw for all the Gala participants –Members of PCEI and the guests.

ML/SE



ODZNACZENIA PAŃSTWOWE / STATE DECORATIONS

KRZYŻE ORDERU ODRODZENIA POLSKI / CROSSES OF POLONIA RESTITUTA

Krzyż Oficerski Orderu Odrodzenia Polski Officer's Cross of the Order of Polonia

- Andrzej Bobiński, Transmeble International, Poznań

Krzyż Kawalerski Orderu Odrodzenia Polski Knight's Cross of the Order of Polonia Restituta

- Alojzy Kuca, Członek Honorowy PIPT, Poznań

Krzyż Kawalerski Orderu Zasługi Rzeczypospolitej Polskiej

Knight's Cross of the Order of Polonia Restituta

- Károly Nagy, Członek Honorowy PIPT, Budapeszt



KRZYŻE ZASŁUGI / CROSSES OF MERIT



Srebrne Krzyże Zasługi / Silvers Crosses of Merit

- Żaneta Berus, Warszawskie Centrum EXPO XXI, Warszawa
- Grażyna Grabowska, Targi w Krakowie, Kraków
- Małgorzata Legiędź – Gałuszka, Członek Honorowy PIPT Łódź
- Jan Lisiak, INEXPO – Poznańska Agencja Targowa, Środa Wlkp. – Poznań
- Marzena Łukaszewicz, Polska Izba Przemysłu Targowego, Poznań
- Andrzej Meliński, Meliński Minuth, Poznań
- Agnieszka Strzelczyk – Walczak, A.S. Messe Consulting, Warszawa
- Halina Trawa, Polska Izba Przemysłu Targowego, Poznań

Brązowe Krzyże Zasługi / Bronze Crosses of Merit

- Elżbieta Derdzikowska, PPH Maxpol, Warszawa
- Marek Dobiszewski, Targi Bydgoskie SAWO, Bydgoszcz
- Adam Gabrysiak, Abisal, Poznań
- Włodzimierz Gola, PROMOCJA, Poznań
- Beata Gorajek, Targi Lublin, Lublin
- Zygmunt Kosmala, Mad Expo, Poznań
- Ewa Niemczyk, Międzynarodowe Targi Gdańskie, Gdańsk
- Roman Obst, JMT Polska, Komorniki k/Poznań
- Mirosław Pietrucha, Centrum Wystawienniczo-Kongresowe w Opolu
- Ewa Rachoń, Międzynarodowe Targi Gdańskie, Gdańsk
- Jacek Serkuczewski, Członek Honorowy PIPT, Warszawa
- Maciej Witkowiak, Inter-Mark Group, Poznań
- Grzegorz Wiśniewski, Interservis, Łódź
- Piotr Wojewodzik, INEXPO - Poznańska Agencja Targowa, Środa Wlkp. – Poznań

multimedia provider for
worldwide exhibitions



LED HD



seamless technology



3D



mobile applications



interactive solutions



image production



video mapping



transparent LCD / holography

...and much more!

quality multimedia!

visit us www.sqm.pl



Międzynarodowe Targi Poznańskie



spotkaj przyszłość

Największy organizator targów w Europie Środkowo-Wschodniej

Ponad 80 imprez
targowych
dla 100 sektorów
gospodarki



Profesjonalni
wystawcy i milion
zwiedzających
z całego świata



Ponad 70 sal
konferencyjnych
w tym Sala Ziemi
na 2000 osób



ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań
tel.: +48 61 869 2000, faks: +48 61 869 2999, e-mail: info@mtp.pl

www.mtp.pl

W Ł Ą C Z WSCHÓD

TARGI LUBLIN

tworzymy
przestrzeń
dla **Twojego**
biznesu

TARGI ROLNICZE

KONGRESY

TARGI BUDOWLANE

TARGI ENERGETYCZNE

INFOSTRADA

KONFERENCJE



WWW.TARGI.LUBLIN.PL

GRUPA MIĘDZYNARODOWEJ SPEDYCJI TARGOWEJ



Sukces wystawcy na targach
traktujemy jako
wizytówkę naszej pracy

- ❖ Kompleksowa obsługa spedycyjna/logistyczna targów, wystaw i konferencji w całej Polsce,
- ❖ Obsługa polskich wystawców na targach za granicą
- ❖ Spedycja drogowa, lotnicza i morska
- ❖ Obsługa celna
- ❖ Przeprowadzki przemysłowe



PMST Transmeble International Sp. z o.o. ul. M. Konopnickiej 19/2, 60-771 Poznań tel. +48 61 865 68 07 www.transmeble.com.pl
Exposped Sp. z o.o. ul. Prądyńskiego 12/14, 01-222 Warszawa tel. +48 22 256 71 71 www.exposped.com.pl



Polska Izba
Przemysłu
Targowego



rekomendacja
Polskiej Izby Przemysłu Targowego

up to date

Międzynarodowe Targi i Wystawy

Kompetencja
w zakresie
maszyn, instalacji
i urządzeń

Kompetencja
w zakresie
handlu i usług

Kompetencja
w zakresie zdrowia
i medycyny

Kompetencja
w zakresie
mody i stylu

Kompetencja
w zakresie
rekreacji

Zapraszamy polskich
eksporterów i importerów
do udziału w targach w
Düsseldorfie.

messe-duesseldorf.de

Düsseldorf, Niemcy
2014/2015

Kalendarz targów

■ ALUMINIUM**	07.10. – 09.10.14	www.aluminium-messe.com
■ COMPOSITES EUROPE**	07.10. – 09.10.14	www.composites-europe.com
■ glasstec®	21.10. – 24.10.14	www.glasstec.de
■ PUMP Summit	02.12. – 03.12.14	www.pump-summit.com
■ Valve World Expo	02.12. – 04.12.14	www.valveworldexpo.com
■ Energy Storage	09.03. – 11.03.15	
■ vivanti**	28.06. – 30.06.14	www.vivanti-messe.de
■ REWE**	26.11. – 26.11.14	www.rewe-gvs.de
■ Berufe live Rheinland	28.11. – 29.11.14	www.einstieg.com
■ PSI	07.01. – 09.01.15	www.psionline.de
■ EuroCIS	24.02. – 26.02.15	www.eurocis.com
■ ProWein	15.03. – 17.03.15	www.prowein.de
■ Infotage Dentralfachhandel**	20.09. – 20.09.14	www.iddeutschland.de/west
■ REHACARE®	24.09. – 27.09.14	www.rehacare.de
■ COMPAMED®	12.11. – 14.11.14	www.compamed.de
■ MEDICA®	12.11. – 15.11.14	www.medica.de
■ THE LITTLE GALLERY**	25.07. – 28.07.14	www.the-little-gallery.de
■ THE GALLERY DÜSSELDORF**	25.07. – 28.07.14	www.the-gallery-duesseldorf.de
■ Tag it!**	29.07. – 01.08.14	www.tag-it-show.com
■ GDS (lato)**	30.07. – 01.08.14	www.gds-online.com
■ Tag it! by GDS Winter	03.02. – 06.02.15	www.tag-it-show.com
■ GDS (zima)	04.02. – 06.02.15	www.gds-online.com
■ BEAUTY DÜSSELDORF	27.03. – 29.03.15	www.beauty.de
■ make - up artist design show	28.03. – 29.03.15	www.make-up-artist-show.de
■ TOP HAIR INTERNATIONAL	28.03. – 29.03.15	www.top-hair-international.de
■ CARAVAN SALON DÜSSELDORF	29.08. – 07.09.14	www.caravan-salon.de
■ TourNatur	05.09. – 07.09.14	www.tournatur.com
■ boot Düsseldorf	17.01. – 25.01.15	www.boot.de

** Tylko dla specjalistów z branży

¹⁾ Specjaliści z branży oraz media

® Zarejestrowany znak firmowy

06-2014

Przedstawicielstwo Messe Düsseldorf GmbH w Polsce:

A.S. Messe Consulting Sp. z o.o.

ul. Kazachska 1/57 _ 02-999 Warszawa _ Poland

Tel: +48 (22) 642 24 99, 855 24 90 _ Fax: +48 (22) 855 47 88

biuro@as-messe.pl _ www.as-messe.pl

AS MESSE
CONSULTING

Nieżyły 2013 rok dla polskich targów

2013 - A Positive Year For Exhibitions in Poland

Rok 2013 był dla większości państw europejskich okresem wygasania kryzysu. W Polsce przyniósł zahamowanie tempa wzrostu PKB - do poziomu 1,4%. Jednak pomimo tych niesprzyjających warunków targi się obroniły.

In most European countries year 2013 was marked by the first signs of the end of the recession. In Poland 2013 meant the slowdown of the GDP growth - to the level of 1.4%. Nevertheless, despite these unfavorable conditions, exhibitions fared relatively well.

„Kryzys światowy w piątym roku trwania również i w Polsce wywarł najbardziej dolegliwy negatywny wpływ na stan naszej gospodarki w pierwszej połowie 2013 r. W rozmaitych branżach mógł on wyglądać i wyglądał zapewne inaczej, ale pierwsza połowa 2013 roku przebiegała pod znakiem narastającego pesymizmu: mniej wystawców niż w przewidywaniach, mniejsze rezerwowane powierzchnie, szczuplejszy zakres usług. Zmiana nastąpiła w połowie roku, w czerwcu, najpierw w tych sektorach, które eksportowały, potem stopniowo objęła ona kolejne z tymi pierwszymi związane. Po wakacjach było już wiadomo, że koniunktura wydobywała i polepszyły się widoki na przyszłość.”, mówił w jednym z wywiadów dr Andrzej Byrt, prezes Rady PIPT.

W niniejszym Raporcie prezentujemy będące wynikiem badań Polskiej Izby Przemysłu Targowego, potwierdzone audytem CENTREX – Międzynarodowego Związku Statystyk Targowych, statystyki 216 targów zorganizowanych w 2013 roku przez 21 organizatorów. Parametry statystyczne targów w Polsce w 2013 roku, tj. powierzchnia targowa wynajęta wystawcom, liczba wystawców i liczba zwiedzających na targach potwierdzają, że był to dobry rok dla branży. Z badań PIPT i CENTREX wynika, że w targach udział wzięło 27 863 wystawców, w tym 4 382 wystawców zagranicznych. Z ofertą tych przedsiębiorców zaprezentowaną na 683 200 mkw. powierzchni wynajętej, zapoznało się 1 266 102 zwiedzających, wśród nich profesjonalści reprezentujący różnorodne branże oraz konsumenci z kraju i zza granicy. Na kolejnych stronach Raportu przedstawiamy szczegółowo statystyki targowe w dwóch układach: według miast i według branż, przy czym w tym ostatnim wypadku została zastosowana oficjalna kwalifikacja CENTREX i UFI.

Tabela przedstawia podstawowe parametry statystyczne targów w Polsce w latach 2008-2013, jednak wyłącznie tych, które zostały poddane audytowi CENTREX. Pobieżna analiza danych pozwala zauważyć wpływ kryzysu gospodarczego na targi, szczególnie w 2009

„The fifth year of global recession had the most serious, negative impact on the condition of the Polish economy in the first half of 2013. In various sectors of the economy it might have looked differently, and it probably did, but the first half of 2013 was marred by the growing pessimism: fewer exhibitors than forecasted, smaller contracted space, decreased range of services. The turnaround was experienced in the middle of the year, in June, firstly in the sectors dealing with exports, and later it spread to the other related industries. After the summer we were sure that the economic situation had recovered and the prospects for the future looked better”, said Andrzej Byrt, PhD, president of the board of PCEI in one of the interviews.

This Report presents the statistics of 216 trade fairs and exhibitions organized in 2013 by 21 organizers, gathered in the study conducted by Polish Chamber of Exhibition Industry and audited by CENTREX – the International Exhibition Statistics Union. The statistical parameters of exhibitions in Poland in 2013, i.e. the exhibition space contracted to exhibitors, the number of exhibitors and the number of visitors, confirm that it was a good year for this sector. The research by PCEI and CENTREX shows that 27,863 exhibitors participated in trade fairs and exhibitions, 4,382 of which were from abroad. The offers of these entrepreneurs presented on 683,200 sq. m. of the contracted space were studied by 1,266,102 visitors, including professionals representing various sectors, as well as consumers from Poland and from abroad. The following pages of the Report present detailed exhibitions statistics in two categories: according to cities and according to sectors, whereas in the latter case the official classification of CENTREX and UFI was applied.

The table presents the basic statistical parameters of exhibitions in Poland in 2008-2013, however only those audited by CENTREX. A cursory analysis of the data allows for spotting the impact of the economic recession on exhibitions, especially in 2009, when they

Targi w Polsce w latach 2008 – 2013 / Exhibitions in Poland in 2008 – 2013						
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Liczba targów / Number of exhibitions	222	206	227	208	221	216
Całkowita wynajęta powierzchnia targowa (mkw.) / Total contracted exhibition space (sqm)	719 188	576 559	678 065	675 907	742 369	682 469
Liczba wystawców ogółem / Total number of exhibitors	32 033	26 519	27 876	28 770	27 810	27 828
- w tym wystawców zagranicznych / - including foreign exhibitors	5 467	4 421	4 108	4 627	4 461	4 380
Liczba zwiedzających / Number of visitors	1 053 335	883 330	1 013 846	1 126 267	1 162 391	1 249 352

Dane dotyczą wyłącznie targów poddanych audytowi CENTREX – Międzynarodowego Związku Statystyk Targowych.

Data refers to trade fairs and exhibitions audited by CENTREX – International Exhibition Statistics Union.

roku, kiedy to nastąpił gwałtowny spadek parametrów. Kolejne lata pokazują stopniową poprawę wyników rynku, a także widoczny jest wpływ faktu organizacji kilku wiodących marek polskich targów o charakterze międzynarodowym w cyklu dwuletnim, przede wszystkim w latach parzystych.

Wyniki rynku pokazują, że nie ustaje zainteresowanie udziałem w targach w Polsce ze strony wystawców i zwiedzających krajowych i zagranicznych. To potwierdza jak dużą rolę w rozwoju polskiego rynku targowego pełni geopolityczne położenie Polski – pomiędzy wschodem a zachodem Europy. Ponieważ od 2004 roku wschodnia granica Polski stanowi jednocześnie granicę Unii Europejskiej, ośrodki targowe w Polsce stały się miejscem spotkań biznesu ze Wschodu i Zachodu, bez wątpienia, z korzyścią dla wielu sektorów polskiej gospodarki. Świadomi tego organizatorzy targów w Polsce nieustannie działają na rzecz poprawy skuteczności w docieraniu do właściwych grup docelowych zwiedzających i mobilizowaniu ich do przyjazdu na targi skierowane do biznesu.

Nie ulega wątpliwości, że dobre wyniki targów w Polsce są również efektem systematycznej poprawy stanu infrastruktury targowej, rosnącej jakości i szerokiego zakresu usług targowych, wreszcie wysokiej jakości samych imprez targowych. W ocenie organizatorów targów wzrasta też poziom profesjonalizmu zwiedzających, co znacznie podnosi jakość. Zwiedzający biznesowi pojawiający się na stoiskach wystawców są dziś znacznie lepiej przygotowani do spotkań.

Czołowi organizatorzy targów i operatorzy obiektów targowych inwestują w infrastrukturę i dywersyfikują usługi. Zmienia się i rozrasta kalendarz targów i wystaw w Polsce. Sukcesywnie uatrakcyjniana jest formuła wielu targów będących rozpoznawalnymi markami w swoich branżach. – W ostatnich trzech latach polskie firmy targowe zainwestowały w nowoczesną infrastrukturę ok. 300 mln złotych. Dzięki temu w wielu miejscach w Polsce powstało łącznie prawie 100 tys. mkw. nowoczesnych obiektów targowych i konferencyjno-kongresowych. Infrastruktura nigdy wcześniej nie była tak nowoczesna – mówi Andrzej Byrt, pełniący od 2011 roku funkcję prezesa zarządu Międzynarodowych Targów Poznańskich. Swoją wysoką pozycję budują od kilku lat specjalistyczne targi sformatowane pod określone segmenty rynków i potrzeby klientów.

„Zaprocentowała strategia konsekwentnych inwestycji w unowocześnianie infrastruktury targowo-konferencyjnej, rozszerzania, przy jednoczesnej profesjonalizacji zakresu świadczonych usług i dywersyfikacji portfela imprez targowych.”, dodaje Przemysław Trawa, wiceprezes zarządu Międzynarodowych Targów Poznańskich.

Wystawcy i zwiedzający na targach korzystają z nowoczesnych, dynamicznie rozwijających się, modernizowanych i nowo budowanych centrów targowych. Na targowej mapie Polski pojawiły się w ostatnich dwóch latach m.in. Centrum Wystawienniczo-Kongresowe AmberExpo w Gdańsku, Centrum Wystawienniczo-Kongresowe w Opolu, Centrum Targowo-Kongresowe EXPO w Krakowie.

Operatorzy polskich centrów targowo-konferencyjnych mają świadomość ogromnych przemian i są pełni optymizmu.

experienced a dramatic drop. The following years show gradual improvement of the market results and the clear influence of the organization of several leading brands of Polish exhibitions of an international character which are held biannually, mostly in even years.

Market results show unwavering interest in trade fairs and exhibitions in Poland shown by exhibitors and visitors from Poland and abroad. This confirms the important role of the geopolitical location of Poland in the development of the Polish exhibition market – between the West and the East of Europe. The exhibition centers in Poland have become the meeting place for business from the West and from the East, undoubtedly with great benefit for many sectors of the Polish economy. Polish exhibition organizers, aware of this fact, constantly work on improving the effectiveness of reaching the right target groups of visitors and mobilizing them to visit exhibitions designed for business.

It is clear that the good results of Polish exhibitions are the result of the consistent development of the condition of the exhibition infrastructure, the growing quality, the wide range of trade fair services, and finally the quality of the events themselves. In the opinions of exhibition organizers, also the level of professionalism of visitors is growing which translates into quality. Business visitors which appear at exhibition stands today are much better prepared for meetings.

The leading exhibition organizers and operators of exhibition venues are investing in the infrastructure and are diversifying their services. The calendar of trade fairs and exhibitions in Poland is changing and expanding. The form of many exhibitions, which are recognized brands in their respective sectors, is gradually improving. – *In the last three years Polish exhibition companies invested approximately PLN 300 million in modern infrastructure. Thanks to this the total of almost 100 thousand square meters of modern exhibition and conference venues appeared in many locations in Poland. Never before has the infrastructure been so modern* – says Mr. Andrzej Byrt, the President of the Board of Poznań International Fair since 2011. Specialist exhibitions tailored for specific market segments and clients' need have been strengthening their position on the market for several years now.

„What bore fruits is the consistent strategy of investments in modernizing the exhibition and congress infrastructure, expanding the scope of rendered services while increasing their professionalism, and diversification of the exhibition portfolio”, adds Mr. Przemysław Trawa, vice-president of the board of Poznań International Fair.

Exhibitors and visitors now use modern, dynamically developing, modernized and newly built exhibition centers. Within the last two years the exhibition map of Poland has been enriched by, among others, the Exhibition and Congress Center AmberExpo in Gdańsk, the Exhibition and Congress Center in Opole, the Exhibition and Congress Center EXPO in Kraków.

The operators of Polish exhibition and congress centers are conscious of those immense transformation and are filled with optimism.

ML



Targi Exhibitions	Liczba dni Duration (days)	1 lub 2 razy w roku 1 or 2 times a year	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw. Total net exhibition space in sq. m										Zwiedzający Visitors	Organizatorzy targów Exhibition organizers	
			Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total contracted exhibitions space in sq. m						Wystawcy Exhibitors		Liczba krajów No. of coun- tries	Ogółem Total			W tym wystawcy z zagranicy Including Foreign
			Ogółem Total	Kryta Indoor	Otwarta Outdoor	Specjalna pokazowa Special show space in sq. m									
						Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign	Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign						

Bielsko Biala

ENERGETAB	1	3	18634	18634	12069	1068	6565	246	0	18	734	72	12891	ZIAD
-----------	---	---	-------	-------	-------	------	------	-----	---	----	-----	----	-------	------

Bydgoszcz

TARGI MIESZKANIOWE - WIOSNA	2x	2	304	304	304	0	0	0	0	1	36	0	FREE ENTRY	TARGI BYDGOSKIE SAWO
TARGI MIESZKANIOWE - JESIEŃ	2x	2	279	279	279	0	0	0	0	1	36	0	FREE ENTRY	TARGI BYDGOSKIE SAWO

Gdańsk

ABOUT DESIGN	1	3	1701	1064	1052	3	12	0	637	2	95	1	6000	MTG
AMBERIF	1	4	5248	5198	5198	1009	0	0	50	13	415	76	6437	MTG
AMBERMART	1	3	1919	1719	1719	519	0	0	200	6	162	38	3086	MTG
BALT-DENTICA	1	2	441	441	441	8	0	0	0	2	53	1	1081	EXACTUS
BALTPIEK	1	3	938	653	653	0	0	0	285	1	33	0	WITH POLFISH	MTG
BIKE TRADE SHOW	1	3	693	117	117	0	0	0	576	1	7	0	799	MTG
FOOD-TO-GO	1	2	510	462	462	0	0	0	48	1	41	0	1740	EASY FAIRS
GASTROEXPO	1	3	846	525	525	0	0	0	321	1	38	0	WITH POLFISH	MTG
GRA I ZABAWA	1	2	2900	2806	2806	0	0	0	94	1	38	0	6500	MTG
GOŁEBIE	1	2	599	557	557	60	0	0	42	4	36	8	2481	MTG
GTT	1	3	2911	1791	1791	172	0	0	1120	12	226	19	8255	MTG
KAJAK EXPO	1	3	641	386	386	0	0	0	255	1	19	0	WITH GTT	MTG
MLECZNA REWIA	1	3	552	402	387	0	15	0	150	1	40	0	WITH POLFISH	MTG
POLFISH	1	3	1281	1176	1130	140	46	0	105	7	79	11	5000	MTG
TECHNICON-INNOWACJE	1	2	831	555	555	6	0	0	276	2	63	1	3800	MTG
TRAKO	2	4	12970	12825	9967	2534	2858	50	145	25	510	173	11892	MTG
URODA	1	2	2092	1140	1140	75	0	0	952	3	192	2	5636	MTG

Gdynia

PLENER CZYTELNICZY	1	3	322	297	297	0	0	0	25	1	40	0	FREE ENTRY	MURATOR EXPO
WIATR I WODA NA WODZIE	1	4	2524	2499	0	0	2499	0	25	1	105	0	10820	MURATOR EXPO

Kakolewo k/ Grodziska Wlkp

ZIELONE AGRO SHOW-POLSKIE ZBOŻA	1	2	60155	60155	0	0	60153	3844	0	5	123	5	16120	MTP
---------------------------------	---	---	-------	-------	---	---	-------	------	---	---	-----	---	-------	-----

Targi Exhibitions	1 lub 2 razy w roku 1 or 2 times a year	Liczba dni Dura- tion (days)	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw. Total net exhibition space in sq. m						Wystawcy Exhibitors			Zwiedzający Visitors	Organizatorzy targów Exhibition organizers	
			Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total contracted exhibitions space in sq. m			Specjalna pokazowa w m kw. Special show space in sq. m			Liczba krajów No. of coun- tries	Ogółem Total	W tym wystawcy z zagranicy Including Foreign			
			Ogółem Total	Kryta Indoor	Otwarta Outdoor	W tym z zagranicy Incl. foreign	Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign						

Katowice

BHP	1	3	784	484	484	49	0	0	300	6	51	5	1576	FAIR EXPO
DREMASILESIA KATOWICE	1	3	964	964	964	40	0	0	0	2	55	1	779	MTP
EXPOCHEM	1	2	410	410	410	37	0	0	0	4	43	3	FREE ENTRY	ZTW
GLOB	1	3	1820	1590	1412	409	178	0	230	10	224	54	3136	FAIR EXPO
KATOWICE	2	4	11836	11836	4403	611	7453	1385	0	18	365	114	22702	PTG
SWEETTARG	1	3	1372	1262	1262	20	0	0	110	2	63	1	1422	FAIR EXPO
TARGBUD / SAVEX	1	3	759	675	675	20	0	0	84	2	48	1	FREE ENTRY	FAIR EXPO

Kraków

EUROBIOTECH	2	4	95	95	95	12	0	0	0	3	28	2	368	TARGI W KRAKOWIE
ENOEXPO	1	3	803	691	691	365	0	0	112	14	142	85	WITH HORECA	TARGI W KRAKOWIE
EUROTOOL/BLACH-TECH-EXPO	1	3	3138	3015	3015	244	0	0	123	10	211	32	5927	TARGI W KRAKOWIE
HORECA/GASTROFOOD	1	3	1910	1810	1810	25	0	0	100	8	178	13	11430	TARGI W KRAKOWIE
KOMPOZYT-EXPO	1	2	1469	1309	1309	239	0	0	160	19	114	28	2465	TARGI W KRAKOWIE
KRAKIDENT	1	3	4936	4086	4077	146	9	0	850	22	294	61	11108	TARGI W KRAKOWIE
SPA & WELLNESS	1	2	646	439	439	10	0	0	207	3	75	2	1690	TARGI W KRAKOWIE
SYMNAS/MAINTENANCE	1	2	1229	1175	1175	216	0	0	54	13	109	25	1489	EASY FAIRS
TARGI EDUKACYJNE	1	3	2293	2075	2075	45	0	0	218	7	147	7	FREE ENTRY	TARGI W KRAKOWIE
TARGI KSIĄŻKI	1	4	3692	3165	3165	67	0	0	527	11	568	43	40743	TARGI W KRAKOWIE
TARGI KSIĄŻKI DLA DZIECI	1	3	923	923	923	0	0	0	0	2	105	1	10149	TARGI W KRAKOWIE
TARGI MODERNIZACJI BUDYNKÓW	1	2	849	654	654	0	0	0	195	1	55	0	1118	TARGI W KRAKOWIE
TARGI SZTUKI	1	2	541	240	240	2	0	0	301	2	55	1	752	TARGI W KRAKOWIE
TUNING SHOW	1	2	3668	3168	3091	630	77	0	500	5	155	34	9637	TARGI W KRAKOWIE
WATER&HEAT	1	2	249	199	199	0	0	0	50	2	25	2	444	EASY FAIRS

Lublin

50+	1	2	324	288	288	0	0	0	36	1	40	0	WITH EDEN	TARGI LUBLIN
AGRO PARK	1	2	6396	6396	5021	180	1375	0	0	8	161	8	13972	TARGI LUBLIN/MTP
BAKEPOL	2	4	5820	5820	5720	240	100	0	0	6	99	6	3436	MTP
BEAUTY DAYS	1	2	419	222	201	0	21	0	197	1	48	0	WITH EDEN	TARGI LUBLIN

Targi Exhibitions	1 lub 2 razy w roku 1 or 2 times a year	Liczba dni Dura- tion (days)	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw. Total net exhibition space in sq. m							Wystawcy Exhibitors			Zwiedzający Visitors	Organizatorzy targów Exhibition organizers	
			Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total contracted exhibitions space in sq. m							Specjalna pokazowa w m kw. Special show space in sq. m	Liczba krajów No. of coun- tries				W tym wystawcy z zagranicy Including Foreign
			Ogółem Total	Kryta Indoor		Otwarta Outdoor		Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign						
				Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign	Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign								
CAVALIADA LUBLIN	1	3	891	714	714	0	0	0	177	1	30	0	8228	MTP	
EDEN	1	2	1028	988	964	9	24	0	40	2	79	1	4360	TARGI LUBLIN	
EDUKACJA	1	2	660	600	600	0	0	0	60	1	96	0	11388	TARGI LUBLIN	
ENERGETICS	1	3	1728	1728	1682	47	46	0	0	3	126	3	3513	TARGI LUBLIN	
INFOSTRADA	1	3	725	725	721	27	4	0	0	3	35	2	WITH ENERGETICS	TARGI LUBLIN	
INTERIOR DESIGN	1	2	721	721	671	50	0	0	0	1	41	0	1558	TARGI LUBLIN	
KLASY	1	2	126	54	54	0	0	0	72	1	14	0	WITH EDUKACJA	TARGI LUBLIN	
LUBDOM	1	3	2499	2212	1975	9	237	0	287	3	145	2	5113	TARGI LUBLIN	
LUBSACRO	1	3	522	472	472	36	0	0	50	3	51	3	973	TARGI LUBLIN	
LUBTECH	1	2	89	89	69	12	20	0	0	2	8	1	WITH MOTO SESSION	TARGI LUBLIN	
MOTO SESSION	1	2	5751	2991	2638	0	353	0	2760	2	145	5	9133	TARGI LUBLIN	
TARGI MIESZKAŃ I NIERUCHOMOŚCI	1	3	116	116	116	0	0	0	0	1	18	0	WITH LUBDOM	TARGI LUBLIN	
TARGI PRACY	1	1	278	278	278	63	0	0	0	11	59	15	7792	TARGI LUBLIN	
TARGI ŚLUBNE	1	2	704	637	637	0	0	0	67	1	97	0	2577	TARGI LUBLIN	
ZOOPARK	1	2	6365	2667	2667	12	0	0	3698	3	195	11	19401	TARGI LUBLIN	
Łódź															
BOAT SHOW	1	3	3942	3142	3142	12	0	0	800	3	186	2	7204	INTERSERVIS	
INTERBUD	1	3	4837	4166	3764	12	402	0	671	3	281	2	12026	INTERSERVIS	
REHABILITACJA	1	3	3388	2763	2763	109	0	0	625	9	194	22	5902	INTERSERVIS	
VETMEDICA	1	2	1235	505	505	11	0	0	730	3	63	2	1548	INTERSERVIS	
Ostróda															
ARBOS YACHTING	1	3	444	444	444	0	0	0	0	1	25	0	2000	DEMUTH ALFA	
ARENA TOURISM POLAND	1	3	469	469	469	0	0	0	0	10	13	0	1250	DEMUTH ALFA	
BAJKOWY MIKOŁAJ	1	1	178	178	178	0	0	0	0	1	19	0	FREE ENTRY	DEMUTH ALFA	
MTM	1	4	4619	4619	4609	30	10	0	0	2	92	1	10150	DEMUTH ALFA	
W ŻYCIU JAK W BAJCE	1	3	704	704	704	0	0	0	0	2	52	1	FREE ENTRY	DEMUTH ALFA	
ZIELONA ARENA	1	3	3089	3089	3089	0	0	0	0	1	48	0	FREE ENTRY	DEMUTH ALFA	

Targi Exhibitions	1 lub 2 razy w roku 1 or 2 times a year	Liczba dni Dura- tion (days)	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw. Total net exhibition space in sq. m										Zwiedzający Visitors	Organizatorzy targów Exhibition organizers	
			Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total contracted exhibitions space in sq. m					Specjalna pokazowa w m kw. Special show space in sq. m							
			Ogółem Total	Kryta Indoor	Otwarta Outdoor	W tym z zagranicy Incl. foreign	Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign	Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign	Liczba krajów No. of coun- tries	Ogółem Total			W tym wystawcy z zagranicy Including Foreign

Poznań

AKTYWNI 50+	1	2	1782	1387	1387	6	0	0	0	395	2	130	1	3605	MTP
ARENA DESIGN	1	4	2576	2286	2286	20	0	0	0	290	3	44	2	1931	MTP
BUDMA	1	4	20987	20662	20459	4264	203	75	325	36	834	244	7	39168	MTP
BEZPIECZEŃSTWO PRACY W PRZEMYSŁE	2	4	449	440	440	138	0	0	9	0	8	29	7	WITH ITM POLSKA	MTP
CAVALIADA	1	3	4659	4659	4659	105	0	0	0	0	5	85	5	13999	MTP
CBS	1	4	2306	2306	2306	209	0	0	0	0	4	60	7	WITH BUDMA	MTP
CEDE	1	3	7210	6937	6937	910	0	0	273	18	257	56	56	11821	EXACTUS
CHINA HOMELIFE FAIR POLAND	1	3	3249	3249	3249	3249	0	0	0	0	1	195	195	5568	MTP
DREMA	1	4	19744	18680	16797	1841	1883	120	1064	15	301	93	0	12531	MTP
DWORZEC	1	3	65	65	65	0	0	0	0	0	1	1	0	WITH GMINA / INVESTEST FIELD	MTP
EPLA	1	3	1008	1008	992	42	16	0	0	0	11	97	19	1794	MTP
EURO - REKLAMA	1	4	2065	2065	2065	24	0	0	0	0	5	67	4	WITH POLIGRAFIA	MTP
EXPOPOWER	1	3	2420	2420	2299	192	121	0	0	0	5	131	20	8427	MTP
FESTIWAL SZTUKI I PRZEDMIOTÓW ARTYSTYCZNYCH	1	3	1640	1640	1640	31	0	0	0	0	5	297	6	10012	MTP
FIT-EXPO	1	3	3391	2229	2229	154	0	0	1162	7	72	7	7	3480	MTP
FORUM FRANCYZYNY	1	3	294	294	294	15	0	0	0	0	3	38	2	509	MTP
FURNICA	1	4	2948	2590	2590	752	0	0	358	15	124	34	34	WITH DREMA	MTP
GARDENIA	1	3	12604	12604	12579	870	25	0	0	0	12	520	43	27475	MTP
GLASS	1	4	492	492	492	48	0	0	0	0	6	29	8	WITH BUDMA	MTP
GMINA/ INVESFIELD	1	3	797	797	576	12	221	0	0	0	2	60	1	903	MTP
GREENPOWER	1	3	1657	1657	1591	710	66	0	0	0	6	93	39	WITH EXPOWER	MTP
HAPPY BABY	1	3	1547	1547	1547	0	0	0	0	0	2	105	1	WITH TOUR SALON	MTP
HOBBY/ AQUAZOO	1	2	7438	7399	7399	24	0	0	39	3	318	8	8	WITH TOUR SALON	MTP
HOME DECOR	1	4	2880	2880	2820	320	60	0	0	0	8	123	15	WITH MEBLE POLSKA	MTP
INVEST-HOTEL	1	4	1273	1249	1231	60	18	0	24	4	79	3	3	WITH POLAGRA-TECH	MTP
ITM	1	4	19189	18765	18651	4694	114	0	424	28	746	368	368	12305	MTP
KAMIEŃ - STONE	1	4	3890	3808	3508	1400	300	0	82	18	168	81	81	4002	MTP / GEOSERVICE
KOMTECHNIKA	1	4	3598	3598	2991	121	687	0	0	0	4	52	3	WITH POLEKO	MTP

Targi Exhibitions	1 lub 2 razy w roku 1 or 2 times a year	Liczba dni Dura- tion (days)	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw. Total net exhibition space in sq. m										Zwiedzający Visitors	Organizatorzy targów Exhibition organizers
			Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total contracted exhibitions space in sq. m						Specjalna pokazowa w m kw. Special show space in sq. m					
			Kryta Indoor		Otwarta Outdoor									
			Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign	Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign								
KWZH	1	3	13043	12417	25	626	0	0	4	405	3	21309	MTP	
LOOK/ BEAUTY VISION	1	2	4261	3874	116	0	0	387	5	206	13	14814	MTP	
MEBLE POLSKA	1	4	16634	16634	685	0	0	0	10	189	17	14403	MTP	
MOTOR SHOW	1	4	29810	23571	568	4759	25	1480	9	163	18	74489	MTP	
MUSIC LAB	1	3	543	543	18	0	0	0	3	23	2	966	MTP	
PAKFOOD	2	4	1961	1961	314	0	0	0	15	125	36	WITH POLAGRA-TECH	MTP	
POLAGRA-FOOD	1	4	4037	3994	906	43	0	0	22	254	82	WITH POLAGRA-TECH	MTP	
POLAGRA-GASTRO	1	4	2111	2033	21	78	0	0	4	62	3	WITH POLAGRA-TECH	MTP	
POLAGRA-TECH	1	4	6791	6644	795	147	29	0	20	245	90	52790	MTP	
POLEKO	1	4	11296	10142	2488	730	0	424	19	504	168	10003	MTP	
POLIGRAFIA	2	4	3871	3871	427	0	0	0	10	176	38	6481	MTP	
POZNAN GAME ARENA	1	3	3321	2809	262	20	0	512	8	53	13	WITH TOUR SALON	MTP	
POZNAŃ MEDIA-EXPO	1	3	555	193	0	0	0	362	1	15	0	1048	MTP	
POZNAŃ SPORT FAIR	1	3	899	899	33	0	0	0	3	59	3	FREE ENTRY	MTP	
POZNAŃSKI SALON OPTYCZNY WIOSNA	1	2	474	474	25	0	0	0	3	55	3	347	MTP	
POZNAŃSKI SALON OPTYCZNY JESIEŃ	1	2	341	341	10	0	0	0	2	41	1	235	MTP	
RYBOMANIA	1	3	5253	5183	338	0	0	70	5	63	5	WITH GARDENIA	MTP	
SAKRALIA	1	3	499	499	55	0	0	0	5	52	4	680	MTP	
SMAKI REGIONÓW	1	4	1575	1395	32	0	0	180	4	138	4	WITH POLAGRA-TECH	MTP	
SOFAB	1	3	325	125	0	0	0	200	1	9	0	440	MTP	
SPECIAL DAYS	1	3	1288	1009	9	0	0	279	2	48	1	WITH GARDENIA	MTP	
SUBCONTRACTING	1	3	340	340	15	0	0	0	2	39	1	WITH EPLA	MTP	
SUBCONTRACTING BIS	1	4	195	195	15	0	0	0	2	29	1	WITH ITM POLSKA	MTP	
TARGI EDUKACYJNE / KSIĄŻKA DLA DZIECI I MŁODZIEŻY	1	3	3992	3291	100	0	0	701	11	386	31	36450	MTP	
TARGI MODY POZNAŃ WIOSNA	1	3	6029	5842	2101	0	0	187	18	257	84	5538	MTP	
TARGI MODY POZNAŃ JESIEŃ	1	3	5807	5630	2377	0	0	177	17	246	98	4101	MTP	
TOUR SALON	1	3	4782	4255	1734	0	0	527	39	512	198	40299	MTP	

Targi Exhibitions	1 lub 2 razy w roku 1 or 2 times a year	Liczba dni Dura- tion (days)	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw. Total net exhibition space in sq. m										Wystawcy Exhibitors			Zwiedzający Visitors	Organizatorzy targów Exhibition organizers
			Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total contracted exhibitions space in sq. m										Liczba krajów No. of coun- tries	Ogółem Total	W tym wystawcy z zagranicy Including Foreign		
			Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign	Kryta Indoor	Otwarta Outdoor	Specjalna pokazowa w m kw. Special show space in sq. m										
							Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign									
WINDOOR-TECH	2	4	4699	4699	583	0	0	0	0	0	4	92	20	WITH BUDMA	MTP		
Sochaczew																	
ROLEXPO	1	2	2232	2162	38	0	2124	0	70	0	1	72	0	FREE ENTRY	MURATOR EXPO		
Szczecin																	
BUD-GRYF	1	3	1810	1726	1399	39	327	0	84	0	3	115	3	5410	MTS		
ENERGIA	1	3	441	441	415	15	26	0	0	0	2	30	1	WITH BUD-GRYF	MTS		
MAMY DZIECKO	1	2	1318	993	993	12	0	0	325	0	2	40	1	2241	MTS		
OGRÓD/ZIELONY DESIGN	1	3	1507	932	932	60	0	0	575	0	2	52	1	11226	MTS		
ORGANIC	1	2	165	165	0	0	165	0	0	0	1	26	0	WITH MARKET TOUR	MTS		
PIKNIK NAD ORDA / MARKET TOUR	1	2	1731	1683	0	0	1683	152	48	0	4	109	13	FREE ENTRY	MTS		
WSZYSTKO DLA DOMU + WNĘTRZA KOMERCYJNE	1	3	1492	1047	1047	0	0	0	445	0	1	75	0	4163	MTS		
Toruń																	
DZIECIĘCY ŚWIAT	1	2	473	229	125	0	104	0	244	0	1	36	0	FREE ENTRY	TARGI TORUŃSKIE		
MOTO-TOR	1	2	378	378	359	19	0	0	0	0	1	22	0	2239	TARGI TORUŃSKIE		
OD DZIAŁKI PO DOM/INVEST TOR	1	2	1014	1014	966	0	48	0	0	0	1	87	0	3986	TARGI TORUŃSKIE		
TARGI ŚLUBNE/ DZIEŃ AKADEMII PIĘKNOŚCI	1	2	194	186	179	0	7	0	8	0	1	55	0	988	TARGI TORUŃSKIE		
TORUŃSKIE TARGI NIERUCHOMOŚCI	1	2	275	275	269	6	0	0	0	0	1	32	0	1242	TARGI TORUŃSKIE		
WYPOCZYNEK	1	2	421	321	321	0	0	0	100	0	1	75	0	1915	TARGI TORUŃSKIE		
Warszawa																	
ACADEMIA	1	4	84	84	84	0	0	0	0	0	1	16	0	WITH WARSAW BOOK FAIR	MURATOR EXPO		
BUDOWA REMONT DOM I WNĘTRZE	1	2	694	694	616	6	78	0	0	0	2	74	1	4046	MURATOR EXPO		
CAVALIADA	1	3	745	745	745	27	0	0	0	0	2	49	3	11 196	MTP		
DENTEXPO	1	2	223	223	223	8	0	0	0	0	2	35	1	FREE ENTRY	ZTW		
EUROPOLTECH	2	3	3131	3059	2729	83	330	0	72	0	9	139	11	5000	MTG		
GEO-EKO-TECH	1	2	153	153	153	18	0	0	0	0	2	17	2	FREE ENTRY	ZTW		
MUREXPO	1	3	1353	1341	1341	54	0	0	12	0	5	125	4	6512	MURATOR EXPO		
NA RYBY	1	4	315	315	315	0	0	0	0	0	1	11	0	WITH WIATR I WODA	MURATOR EXPO		
NOWY DOM, NOWE MIESZKANIE 1 WIOSNA	4x	2	1432	1432	1432	0	0	0	0	0	1	120	0	8949	MURATOR EXPO		

Targi Exhibitions	1 lub 2 razy w roku 1 or 2 times a year	Liczba dni Dura- tion (days)	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw. Total net exhibition space in sq. m										Wystawcy Exhibitors			Zwiedzający Visitors	Organizatorzy targów Exhibition organizers
			Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total contracted exhibitions space in sq. m					Specjalna pokazowa w m kw. Special show space in sq. m									
			Kryta Indoor		Otwarta Outdoor		Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign	Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign	Liczba krajów No. of coun- tries	Ogółem Total	W tym wystawcy z zagranicy Including Foreign				
			Ogółem Total	Ogółem Total	Ogółem Total	Ogółem Total											
NOWY DOM, NOWE MIESZKANIE 2 LATO	4x	2	896	896	896	0	0	0	0	1	86	0	8883	MURATOR EXPO			
NOWY DOM, NOWE MIESZKANIE 3 JESIEŃ	4x	2	1421	1421	1421	10	0	0	0	2	123	1	6237	MURATOR EXPO			
NOWY DOM, NOWE MIESZKANIE 4 ZIMA	4x	2	801	801	801	0	0	0	0	1	88	0	6137	MURATOR EXPO			
PACKAGING INNOVATIONS	1	2	1485	1399	1399	279	0	0	86	13	128	21	4010	EASY FAIRS			
PODRÓŻE	1	3	655	655	655	226	0	0	0	15	126	14	6146	MURATOR EXPO			
ŚWIAT DZIECKA	1	2	596	551	504	24	47	0	45	3	51	2	FREE ENTRY	MAXPOL			
WARSZAWSKIE TARGI KSIĄŻKI	1	4	2898	2873	2713	234	160	0	25	18	500	142	60783	MURATOR EXPO			
WIATR I WODA	1	4	6809	6505	6431	106	74	0	304	7	402	12	27676	MURATOR EXPO / YACHT EXPO			
ZŁOTO SREBRO CZAS	1	3	2958	2804	2804	269	0	0	154	10	305	24	5282	MCT			
Wilkowice																	
ROLTECHNIKA	1	2	2 409	2 409	0	0	2409	0	0	1	27	0	19 310	MTP			
Wista																	
KRIO/OPTYKA	2	4	1181	1181	1181	92	0	0	0	4	74	7	2196	MTP			
Wrocław																	
DENTAMED	1	2	2212	932	932	35	0	0	1280	10	116	15	2453	TARGI W KRAKOWIE			
MECATECH	1	2	410	278	278	33	0	0	132	3	28	2	814	EASY FAIRS			

Targi Exhibitions	1 lub 2 razy w roku 1 or 2 times a year	Liczba dni Dura- tion (days)	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw. Total net exhibition space in sq. m										Zwiedzający Visitors	Organizatorzy targów Exhibition organizers	
			Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total contracted exhibitions space in sq. m												
			Kryta Indoor		Otwarta Outdoor		Specjalna pokazowa w m kw. Special show space in sq. m								
			Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign	Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign	Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign	Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign	Liczba krajów No. of coun- tries	Ogółem Total			W tym wystawcy z zagranicy Including Foreign

1. Rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo / Agriculture, Forestry, Fishery

AGRO PARK	1	2	6396	6396	5021	180	1375	0	0	8	161	8	13972	TARGI LUBLIN / MTP
KWZH	1	3	13043	13043	12417	25	626	0	0	4	405	3	21039	MTP
ROLEXPO	1	2	2232	2162	38	0	2124	0	70	1	72	0	FREE ENTRY	MURATOR EXPO
ROLTECHNIKA	1	2	2 409	2 409	0	0	2409	0	0	1	27	0	19 310	MTP
VETMEDICA	1	2	1235	505	505	11	0	0	730	3	63	2	1548	INTERSERVIS
ZIELONE AGRO SHOW - POLSKIE ZBOŻA	1	2	60155	60155	0	0	60155	3844	0	5	123	5	16120	MTP

2. Żywność i napoje, branża gościnności / Food and Beverage, Hospitality

BAKEPOL	2	4	5820	5820	5720	240	100	0	0	6	99	6	3436	MTP
BALPIEK	1	3	938	653	653	0	0	0	285	1	33	0	WITH POLFISH	MTG
ENOEXPO	1	3	803	691	691	365	0	0	112	14	142	85	WITH HORECA	TARGI W KRAKOWIE
FOOD-TO-GO	1	2	510	462	462	0	0	0	48	1	41	0	1740	EASY FAIRS
GASTROEXPO	1	3	846	525	525	0	0	0	321	1	38	0	WITH POLFISH	MTG
HORECA/ GASTROFOOD	1	3	1910	1810	1810	25	0	0	100	8	178	13	11430	TARGI W KRAKOWIE
INVEST-HOTEL	1	4	1273	1249	1231	60	18	0	24	4	79	3	WITH POLAGRA-TECH	MTP
MLECZNA REWIA	1	3	552	402	387	0	15	0	150	1	40	0	WITH POLFISH	MTG
ORGANIC	1	2	165	165	0	0	165	0	0	1	26	0	WITH PIKNIK	MTS
PAKFOOD	2	4	1961	1961	1961	314	0	0	0	15	125	36	WITH POLAGRA-TECH	MTP
POLAGRA-FOOD	1	4	4037	4037	3994	906	43	0	0	22	254	82	WITH POLAGRA-TECH	MTP
POLAGRA-GASTRO	1	4	2111	2111	2033	21	78	0	0	4	62	3	WITH POLAGRA-TECH	MTP
POLAGRA-TECH	1	4	6791	6791	6644	795	147	29	0	20	245	90	52790	MTP
POLFISH	1	3	1281	1176	1130	140	46	0	105	7	79	11	5000	MTG
SMAKI REGIONÓW	1	4	1575	1395	1395	32	0	0	180	4	138	4	WITH POLAGRA-TECH	MTP
SWEETTARG	1	3	1372	1262	1262	20	0	0	110	2	63	1	1422	FAIR EXPO

3. Odpozynek, hobby, rozrywka / Leisure, Hobby, Entertainment

50+	1	2	324	288	288	0	0	0	36	1	40	0	WITH EDEN	TARGI LUBLIN
AKTYWNI 50+	1	2	1782	1387	1387	6	0	0	395	2	130	1	3605	MTP

Targi Exhibitions	1 lub 2 razy w roku 1 or 2 times a year	Liczba dni Dura- tion (days)	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw. Total net exhibition space in sq. m										Wystawcy Exhibitors			Zwiedzający Visitors	Organizatorzy targów Exhibition organizers		
			Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total contracted exhibitions space in sq. m						Specjalna pokazowa w m kw. Special show space in sq. m				Liczba krajów No. of coun- tries					W tym wystawcy z zagranicy Including Foreign	
			Ogółem Total	Kryta Indoor		Otwarta Outdoor		Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign		Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign							
				Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign	Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign		Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign									
ARBOS YACHTING	1	3	444	444	444	0	0	0	0	0	0	1	25	0	2000	DEMUTH ALFA			
BAJKOWY MIKOŁAJ	1	1	178	178	178	0	0	0	0	0	0	1	19	0	FREE ENTRY	DEMUTH ALFA			
BEAUTY DAYS	1	2	419	222	201	0	21	0	21	0	197	1	48	0	WITH EDEN	TARGI LUBLIN			
BIKE TRADE SHOW	1	3	693	117	117	0	0	0	0	0	576	1	7	0	799	MTG			
BOAT SHOW	1	3	3942	3142	3142	12	0	0	0	0	800	3	186	2	7204	INTERSERVIS			
CAVALIADA - POZNAŃ	1	3	4659	4659	4659	105	0	0	0	0	0	5	85	5	13999	MTP			
CAVALIADA - WARSZAWA	1	3	745	745	745	27	0	0	0	0	0	2	49	3	11196	MTP			
CAVALIADA LUBLIN	1	3	891	714	714	0	0	0	0	0	177	1	30	0	8228	MTP			
EDEN	1	2	1028	988	964	9	24	0	24	0	40	2	79	1	4360	TARGI LUBLIN			
FESTIWAL SZTUKI I PRZEDMIOTÓW ARTYSTYCZ- NYCH	1	3	1640	1640	1640	31	0	0	0	0	0	5	297	6	10012	MTP			
FIT-EXPO	1	3	3391	2229	2229	154	0	0	0	0	1162	7	72	7	3480	MTP			
GARDENIA	1	3	12604	12604	12579	870	25	0	25	0	0	12	520	43	27475	MTP			
GOŁĘBIE	1	2	599	557	557	60	0	0	0	0	42	4	36	8	2481	MTG			
GREEN ARENA	1	3	3089	3089	3089	0	0	0	0	0	0	1	48	0	FREE ENTRY	DEMUTH ALFA			
HAPPY BABY	1	3	1547	1547	1547	0	0	0	0	0	0	2	105	1	WITH TOUR SALON	MTP			
HOBBY/ AQUAZOO	1	2	7438	7399	7399	24	0	0	0	0	39	3	318	8	WITH TOUR SALON	MTP			
MUSIC LAB	1	3	543	543	543	18	0	0	0	0	0	3	23	2	966	MTP			
NA RYBY	1	4	315	315	315	0	0	0	0	0	0	1	11	0	WITH WIATR I WODA	MURATOR EXPO			
OGRÓD / ZIELONY DESIGN	1	3	1507	932	932	60	0	0	0	0	575	2	52	1	11226	MTS			
POZNAŃ SPORT FAIR	1	3	899	899	899	33	0	0	0	0	0	3	59	3	FREE ENTRY	MTP			
RYBOMANIA	1	3	5253	5183	5183	338	0	0	0	0	70	5	63	5	WITH GARDENIA	MTP			
SPA & WELLNESS	1	2	646	439	439	10	0	0	0	0	207	3	75	2	1690	TARGI W KRAKOWIE			
SPECIAL DAYS	1	3	1288	1009	1009	9	0	0	0	0	279	2	48	1	WITH GARDENIA	MTP			
TARGI SZTUKI W KRAKOWIE	1	2	541	240	240	2	0	0	0	0	301	2	55	1	752	TARGI W KRAKOWIE			
TARGI ŚLUBNE	1	2	704	637	637	0	0	0	0	0	67	1	97	0	2577	TARGI LUBLIN			
TARGI ŚLUBNE / DZIEŃ AKADEMII PIĘKNOŚCI	1	2	194	186	179	0	7	0	7	0	8	1	55	0	988	TARGI TORUŃSKIE			
W ŻYCIU JAK W BAJCE	1	3	704	704	704	0	0	0	0	0	0	2	52	1	FREE ENTRY	DEMUTH ALFA			

Targi Exhibitions	1 lub 2 razy w roku 1 or 2 times a year	Liczba dni Dura- tion (days)	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw. Total net exhibition space in sq. m										Organizatory targów Exhibition organizers	
			Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total contracted exhibitions space in sq. m						Specjalna pokazowa w m kw. Special show space in sq. m		Wystawcy Exhibitors			Zwiedzający Visitors
			Kryta Indoor		Otwarta Outdoor									
			Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign	Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign	Liczba krajów No. of coun- tries	Ogółem Total	W tym wystawcy z zagranicy Including Foreign					
WIATR I WODA	1	4	6809	6505	6431	106	74	0	304	7	402	12	MURATOR EXPO / YACHT EXPO	
WIATR I WODA NA WODZIE	1	4	2524	2499	0	0	2499	0	25	1	105	0	MURATOR EXPO	
ZOOPARK	1	2	6365	2667	2667	12	0	0	3698	3	195	11	TARGI I LUBLIN	

4. Usługi dla biznesu, handel detaliczny / Business Services, Retail

EURO - REKLAMA	1	4	2065	2065	2065	24	0	0	0	5	67	4	WITH POLIGRAFIA	MTP
FORUM FRANCYZY	1	3	294	294	294	15	0	0	0	3	38	2		MTP
LUBSACRO	1	3	522	472	472	36	0	0	50	3	51	3		TARGI LUBLIN
SAKRALIA	1	3	499	499	499	55	0	0	0	5	52	4		MTP
SUBCONTRACTING	1	3	340	340	340	15	0	0	0	2	39	1	WITH EPLA	MTP
SUBCONTRACTING BIS	1	4	195	195	195	15	0	0	0	2	29	1	WITH ITM	MTP

5. Budownictwo, infrastruktura / Construction, Infrastructure

BUD-GRYF	1	3	1810	1726	1399	39	327	0	84	3	115	3	5410	MTS
BUDMA	1	4	20987	20662	20459	4264	203	75	325	36	834	244	39168	MTP
BUDOWA REMONT DOM WNETRZE	1	2	694	694	616	6	78	0	0	2	74	1	4046	MURATOR EXPO
CBS	1	4	2306	2306	2306	209	0	0	0	4	60	7	WITH BUDMA	MTP
DREMASIESIA KATOWICE	1	3	964	964	964	40	0	0	0	2	55	1	779	MTP
GLASS	1	4	492	492	492	48	0	0	0	6	29	8	WITH BUDMA	MTP
GMINA / INVESEFIELD	1	3	797	797	576	12	221	0	0	2	60	1	903	MTP
INTERBUD	1	3	4837	4166	3764	12	402	0	671	3	281	2	12026	INTERSERVIS
KAMIEN - STONE	1	4	3590	3808	3508	1400	300	0	82	18	168	81	4002	MTP/GEOSERVICE
KOMTECHNIKA	1	4	3598	3598	2911	121	687	0	0	4	52	3	WITH POLEKO	MTP
LUBDOM	1	3	2499	2212	1975	9	237	0	287	3	145	2	5113	TARGI LUBLIN
MUREXPO	1	3	1353	1341	1341	54	0	0	12	5	125	4	6512	MURATOR EXPO
OD DZIAŁKI PO DOM/INVEST TOR	1	2	1014	1014	966	0	48	0	0	1	87	0	3986	TARGI TORUŃSKIE
TARGBUD / SAVEX	1	3	759	675	675	20	0	0	84	2	48	1	FREE ENTRY	FAIR EXPO
TARGI MODERNIZACJI BUDYNKÓW	1	2	849	654	654	0	0	0	195	1	55	0	1118	TARGI W KRAKOWIE
WATER&HEAT	1	2	249	199	199	0	0	0	50	2	25	2	444	EASY FAIRS
WINDOOR-TECH	2	4	4699	4699	4699	583	0	0	0	4	92	20	WITH BUDMA	MTP

Targi Exhibitions	1 lub 2 razy w roku 1 or 2 times a year	Liczba dni Dura- tion (days)	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw. Total net exhibition space in sq. m										Wystawcy Exhibitors	Zwiedzający Visitors	Organizatorzy targów Exhibition organizers
			Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total contracted exhibitions space in sq. m						Specjalna pokazowa w m kw. Special show space in sq. m						
			Kryta Indoor		Otwarta Outdoor		W tym z zagranicy Incl. foreign		W tym z zagranicy Incl. foreign						
			Ogółem Total	Ogółem Total	Ogółem Total	Ogółem Total	Liczba krajów No. of coun- tries	Ogółem Total	W tym wystawcy z zagranicy Including Foreign						

6. Podróże / Travel

ARENA TOURISM POLAND	1	3	469	469	469	0	0	0	0	0	13	0	DEWUTH ALFA
GLOB	1	3	1820	1590	1412	409	178	0	230	10	224	54	FAIR EXPO
GTT	1	3	2911	1791	1791	172	0	0	1120	12	226	19	MTG
KAJAK EXPO	1	3	641	386	386	0	0	0	255	1	19	0	MTG
PIKNIK NAD ODRĄ/ MARKET TOUR	1	2	1731	1683	0	0	1683	152	48	4	109	13	MTS
PODRÓŻE	1	3	655	655	655	226	0	0	0	15	126	14	MURATOR EXPO
TOUR SALON	1	3	4782	4255	4255	1734	0	0	527	39	512	198	MTP
WYPOCZYNEK	1	2	421	343	321	0	0	0	100	1	75	0	TARGI TORUŃSKIE

7. Bezpieczeństwo, ochrona przeciwpożarowa, obrona / Security, Fire Safety, Defense

BEZPIECZENSTWO PRACY W PRZEMYSŁE	2	4	449	440	440	138	0	0	9	8	29	7	MTP
BHP	1	3	784	484	484	49	0	0	300	6	51	5	FAIR EXPO
EUROPOLITECH	2	3	3131	3059	2729	83	330	0	72	9	139	11	MTG

8. Edukacja / Education

ACADEMIA	1	4	84	84	84	0	0	0	0	1	16	0	MURATOR EXPO
EDUKACJA	1	2	660	600	600	0	0	0	60	1	96	0	TARGI LUBLIN
KLASY	1	2	126	54	54	0	0	0	72	1	14	0	TARGI LUBLIN
PLENER CZYTELNICZY	1	3	322	297	297	0	0	0	25	1	40	0	MURATOR EXPO
TARGI EDUKACYJNE	1	3	2293	2075	2075	45	0	0	218	7	147	7	TARGI W KRAKOWIE
TARGI EDUKACYJNE/KSIAŻKA DLA DZIECI I MŁODZIEŻY	1	3	3992	3291	3291	100	0	0	701	11	386	31	MTP
TARGI KSIĄŻKI DLA DZIECI	1	3	923	923	923	0	0	0	0	2	105	1	TARGI W KRAKOWIE
TARGI KSIĄŻKI W KRAKOWIE	1	4	3692	3165	3165	67	0	0	527	11	568	43	TARGI W KRAKOWIE
TARGI PRACY	1	1	278	278	278	63	0	0	0	11	59	15	TARGI LUBLIN
WARSZAWSKIE TARGI KSIĄŻKI	1	4	2898	2873	2713	234	160	0	25	18	500	142	MURATOR EXPO

9. Energia, ropa naftowa, gaz ziemny / Energy, Oil, Gas

ENERGETAB	1	2	18634	18634	12069	1068	6565	246	0	18	734	72	ZIAD
ENERGIA	1	3	441	441	415	15	26	0	0	2	30	1	MTS

Targi Exhibitions	1 lub 2 razy w roku 1 or 2 times a year	Liczba dni Dura- tion (days)	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw. Total net exhibition space in sq. m										Wystawcy Exhibitors			Zwiedzający Visitors	Organizatorzy targów Exhibition organizers
			Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total contracted exhibitions space in sq. m										Liczba krajów No. of coun- tries	Ogółem Total	W tym wystawcy z zagranicy Including Foreign		
			Kryta Indoor			Otwarta Outdoor			Specjalna pokazowa w m kw. Special show space in sq. m								
			Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign	Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign	Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign									
EXPOPOWER	1	3	2420	2420	2299	192	121	0	0	5	131	20	8427	MTP			
GREENPOWER	1	3	1657	1657	1591	710	66	0	0	6	93	39	WITH EXPOPOWER	MTP			
10. Ochrona środowiska / Environmental Protection																	
POLEKO	1	4	11296	10872	10142	2488	730	0	424	19	504	168	10003	MTP			
11. Poligrafia, opakowania / Printing, Packaging																	
PACKAGING INNOVATIONS	1	2	1485	1399	1399	279	0	0	86	13	128	21	4010	EASY FAIRS			
POLIGRAFIA	2	4	3871	3871	3871	427	0	0	0	10	176	38	6481	MTP			
12. Meble, projektowanie wnętrz / Furniture, Interior Design																	
ABOUT DESIGN	1	3	1701	1064	1052	3	12	0	637	2	95	1	6000	MTG			
ARENA DESIGN	1	4	2576	2286	2286	20	0	0	290	3	44	2	1931	MTP			
DREMA	1	4	19744	18680	16797	1841	1883	120	1064	15	301	93	12531	MTP			
FURNICA	1	4	2948	2590	2590	752	0	0	358	15	124	34	WITH DREMA	MTP			
HOME DECOR	1	4	2880	2880	2820	320	60	0	0	8	123	15	WITH MEBLE POLSKA	MTP			
INTERIOR DESIGN	1	2	721	721	671	50	0	0	0	1	41	0	1558	TARGI LUBLIN			
MEBLE POLSKA	1	4	16634	16634	16634	685	0	0	0	10	189	17	14403	MTP			
MTM	1	4	4619	4619	4609	30	10	0	0	2	92	1	10150	DEMUTH ALFA			
SOFAB	1	3	325	125	125	0	0	0	200	1	9	0	440	MTP			
WSZYSTKO DLA DOMU + WNĘTRZA KOMERCYJNE	1	3	1492	1047	1047	0	0	0	445	1	75	0	4163	MTS			
13. Produkty wysokiej jakości, gospodarstwo domowe, upominki, zabawki / Premium, Household, Gifts, Toys																	
DZIECIĘCY ŚWIAT	1	2	473	229	125	0	104	0	244	1	36	0	FREE ENTRY	TARGI TORUŃSKIE			
MAMY DZIECKO	1	2	1318	993	993	12	0	0	325	2	40	1	2241	MTS			
ŚWIAT DZIECKA	1	2	596	551	504	24	47	0	45	3	51	2	FREE ENTRY	MAXPOL			
14. Uroda, kosmetyki / Beauty, Cosmetics																	
LOOK/ BEAUTY VISION	1	2	4261	3874	3874	116	0	0	387	5	206	13	14814	MTP			
URODA	1	2	2092	1140	1140	75	0	0	952	3	192	2	5636	MTG			
15. Nieruchomości / Real Estate																	
NOWY DOM, NOWE MIESZKANIE WIOSNA	4x	2	1432	1432	1432	0	0	0	0	1	120	0	8949	MURATOR EXPO			
NOWY DOM, NOWE MIESZKANIE LATO	4x	2	896	896	896	0	0	0	0	1	86	0	8883	MURATOR EXPO			

Targi Exhibitions	1 lub 2 razy w roku 1 or 2 times a year	Liczba dni Dura- tion (days)	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw. Total net exhibition space in sq. m										Wystawcy Exhibitors			Zwiedzający Visitors	Organizatorzy targów Exhibition organizers
			Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total contracted exhibitions space in sq. m						Specjalna pokazowa w m kw. Special show space in sq. m								
			Kryta Indoor		Otwarta Outdoor												
			Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign	Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign			Liczba krajów No. of coun- tries	Ogółem Total	W tym wystawcy z zagranicy Including Foreign						
NOWY DOM, NOWE MIESZKANIE JESIEŃ	4x	2	1421	1421	1421	10	0	0	0	0	2	123	1	6237	MURATOR EXPO		
NOWY DOM, NOWE MIESZKANIE ZIMA	4x	2	801	801	801	0	0	0	0	0	1	88	0	6137	MURATOR EXPO		
TARGI MIESZKANIOWE WIOSNA	2x	2	304	304	304	0	0	0	0	0	1	36	0	FREE ENTRY	TARGI BYDGOSKIE SAWO		
TARGI MIESZKANIOWE JESIEŃ	2x	2	279	279	279	0	0	0	0	0	1	36	0	FREE ENTRY	TARGI BYDGOSKIE SAWO		
TARGI MIESZKAŃ I NIERUCHOMOŚCI	1	3	116	116	116	0	0	0	0	0	1	18	0	WITH LUBDOM	TARGI LUBLIN		
TORUŃSKIE TARGI NIERUCHOMOŚCI	1	2	275	275	269	0	6	0	0	0	1	32	0	1242	TARGI TORUŃSKIE		

16. Samochody, motocykle / Automobiles, Motorcycles

MOTO SESSION	1	2	5751	2991	2638	0	353	0	2760	2	145	5	9133	TARGI LUBLIN
MOTOR SHOW	1	4	29810	28330	23571	568	4759	25	1480	9	163	18	74489	MTP
MOTO-TOR	1	2	378	378	359	19	0	0	0	1	22	0	2239	TARGI TORUŃSKIE
TUNING SHOW	1	2	3668	3168	3091	630	77	0	500	5	155	34	9637	TARGI W KRAKOWIE

17. Chemia / Chemistry

EPLA	1	3	1008	1008	992	42	16	0	0	11	97	19	1794	MTP
EXPOCHEM	1	2	410	410	410	37	0	0	0	4	43	3	FREE ENTRY	ZTW
KOIMPOZYT-EXPO	1	2	1469	1309	1309	239	0	0	160	19	114	28	2465	TARGI W KRAKOWIE

**19. Inżynieria przemysłowa, produkcja przemysłowa, maszyny, narzędzia, artykuły żelazne / Engineering, Industrial Engineering, Manufacturing, Machines
Instruments, Hardware**

ENERGETICS	1	3	1728	1728	1682	47	46	0	0	3	126	3	3513	TARGI LUBLIN
EUROTOOL/BLACH-TECH-EXPO	1	3	3138	3015	3015	244	0	0	123	10	211	32	5927	TARGI W KRAKOWIE
GEO-EKO-TECH	1	2	153	153	153	18	0	0	0	2	17	2	FREE ENTRY	ZTW
ITM	1	4	19189	18765	18651	4694	114	0	424	28	746	368	12305	MTP
KATOWICE	2	4	11836	11836	4403	611	7453	1385	0	18	365	114	22702	PTG
LUBTECH	1	2	89	89	69	12	20	0	0	2	8	1	WITH MOTO SESSION	TARGI LUBLIN
MECATECH	1	2	410	278	278	33	0	0	132	3	28	2	814	EASY FAIRS
TECHNICON-INNOWACJE	1	2	831	555	555	6	0	0	276	2	63	1	3800	MTG

21. Technologia informacyjna, telekomunikacja / IT and Telecommunications

GRA I ZABAWA	1	2	2900	2806	2806	0	0	0	94	1	38	0	6500	MTG
--------------	---	---	------	------	------	---	---	---	----	---	----	---	------	-----

Targi Exhibitions	1 lub 2 razy w roku 1 or 2 times a year	Liczba dni Dura- tion (days)	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw. Total net exhibition space in sq. m										Wystawcy Exhibitors			Zwiedzający Visitors	Organizatorzy targów Exhibition organizers
			Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw. Total contracted exhibitions space in sq. m						Specjalna pokazowa w m kw. Special show space in sq. m								
			Kryta Indoor		Otwarta Outdoor		Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign			Ogółem Total	W tym z zagranicy Including Foreign					
			Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign	Ogółem Total	W tym z zagranicy Incl. foreign											
INFOSTRADA	1	3	725	725	721	27	4	0	0	3	35	2	WITH ENERGETICS	TARGI LUBLIN			
POZNAN GAME ARENA	1	3	3321	2809	2789	262	20	0	512	8	53	13	WITH TOUR SALON	MTP			
POZNAŃ MEDIA EXPO	1	3	555	193	193	0	0	0	362	1	15	0	1048	MTP			
22. Zdrowie, sprzęt medyczny / Health, Medical Equipment																	
BALT-DENTICA	1	2	441	441	441	8	0	0	0	2	53	1	1081	EXACTUS			
CEDE	1	3	7210	6937	6937	910	0	0	273	18	257	56	11821	EXACTUS			
DENTAMED	1	2	2212	932	932	35	0	0	1280	10	116	15	2453	TARGI W KRAKOWIE			
DENTEXPO	1	2	223	223	223	8	0	0	0	2	35	1	FREE ENTRY	ZTW			
EUROBIOTECH	2	4	95	95	95	12	0	0	0	3	28	2	368	TARGI W KRAKOWIE			
KRAKENT	1	3	4936	4086	4077	146	9	0	850	22	294	61	11108	TARGI W KRAKOWIE			
KRIO/OPTYKA	2	4	1181	1181	1181	92	0	0	0	4	74	7	2196	MTP			
REHABILITACJA	1	3	3388	2763	2763	109	0	0	625	9	194	22	5902	INTERSERVIS			
23. Optyka / Optics																	
POZNAŃSKI SALON OPTYCZNY WIOSNA	1	2	474	474	474	25	0	0	0	3	55	3	347	MTP			
POZNAŃSKI SALON OPTYCZNY JEŚIEŃ	1	2	341	341	341	10	0	0	0	2	41	1	235	MTP			
24. Bizuteria, zegarki i akcesoria / Jewelry, Watches & Accessories																	
AMBERIF	1	4	5248	5198	5198	1009	0	0	50	13	415	76	6437	MTG			
AMBERMART	1	3	1919	1719	1719	519	0	0	200	6	162	38	3086	MTG			
ZŁOTO SREBRO CZAS	1	3	2958	2804	2804	269	0	0	154	10	305	24	5282	MCT			
25. Tekstylia, odzież, moda / Textiles, Apparel, Fashion																	
TARGI MODY POZNAŃ WIOSNA	1	3	6029	5842	5842	2101	0	0	187	18	257	84	5538	MTP			
TARGI MODY POZNAŃ JEŚIEŃ	1	3	5807	5630	5630	2377	0	0	177	17	246	98	4101	MTP			
26. Transport, logistyka, gospodarka morska / Transport, Logistics, Maritime																	
DWORZEC	1	3	65	65	65	0	0	0	0	1	1	0	WITH GMINA	MTP			
SYMAS/MAINTENANCE	1	2	1229	1175	1175	216	0	0	54	13	109	25	1489	EASY FAIRS			
TRAKO	2	4	12970	12825	9967	2534	2858	50	145	25	510	173	11892	MTG			
27. Wielobranżowe / General																	
CHINA HOMELIFE FAIR POLAND	1	3	3249	3249	3249	3249	0	0	0	1	195	195	5568	MTP			

DEFINICJE STATYSTYCZNE STATISTICAL DEFINITIONS

STOSOWANE W POLSKIEJ IZBIE PRZEMYSŁU TARGOWEGO W 2013 ROKU

USED BY POLISH CHAMBER OF EXHIBITION INDUSTRY IN 2013

Powierzchnia targowa

Całkowita powierzchnia targowa wynajęta – powierzchnia wynajęta przez wystawców, za którą wystawiono faktury i która zajmowana jest przez wystawców przez cały czas trwania targów oraz powierzchnia udostępniona wystawcom na podstawie innych, niż umowa najmu dokumentów, pod warunkiem, że powierzchnia ta jest dostępna dla zwiedzających przez cały okres trwania targów;

Specjalna powierzchnia pokazowa – udostępniona przez organizatora targów powierzchnia, która nie jest związana z żadnym konkretnym wystawcą, a na której odbywają się występy, pokazy, konkursy, związane tematycznie z odbywającymi się targami. Suma całkowitej powierzchni targowej wynajętej oraz specjalnej powierzchni pokazowej to całkowita powierzchnia targowa netto.

Całkowita powierzchnia targowa wynika z dzielenia się na:

- powierzchnię krytą, tj. wynajętą w pawilonach oraz
 - powierzchnię otwartą, tj. wynajętą na terenie otwartym w obrębie terenów targowych.
- Podstawą tworzenia rankingów targów i organizatorów według powierzchni targowej jest całkowita powierzchnia targowa wynajęta.

Wystawcy

Wystawca – za wystawcę uznaje się tego, kto wynajmuje autonomiczny, wydzielony, platny fragment powierzchni targowej (stoisko), na którym zatrudnia samodzielnie inne osoby w celu prezentowania, w jego imieniu lub w imieniu innej firmy, oferty wyrobów i/ lub usług przez cały czas trwania targów / wystawy – niezależnie od branży lub klasyfikacji wyrobu. Organizator targów / wystawy wystawia fakturę obciążającą wystawcę. Współwystawcy na stoisku wystawcy lub wystawcy na stoisku zbiorowym / kolektywnym są uznawani za wystawców dla celów statystycznych wówczas, gdy wystawiają swoje własne wyroby, zatrudniając własny personel na stoisku wystawcy lub na wspólnym stoisku organizatora stoiska zbiorowego, a ich odrębność można bez problemu rozpoznać w grupie.

Zwiedzający i wejścia na targi

Zwiedzający – na liczbę zwiedzających składa się:

– **liczba zwiedzających płacących** – liczonych w oparciu o liczbę sprzedanych biletów (kupionych w przedsprzedaży lub na miejscu) i liczbę biletów (lub kart wstępu) opłaconych przez wystawcę lub stronę trzecią. Zwiedzających posługujących się tzw. biletami sezonowymi, kilkudniowymi, abonamentowymi i innymi, upoważniającymi do wielokrotnego wchodzenia na targi w ciągu kilku dni ich trwania, liczy się dzieląc cenę takiego biletu przez cenę zwykłego pojedynczego biletu i zaokrąglając wynik w górę do jedności. Tzw. bilet rodzinny, gdy takie są stosowane, liczy się jako 4 zwiedzających;

– **liczba innych identyfikowanych zwiedzających** – tj. osób wchodzących na targi na podstawie voucher'ów, kart wstępu lub podobnych ważnych bezpłatnych przepustek lub biletów – ale tylko wówczas, gdy istnieje system ewidencji takich dokumentów (np. seryjnie numerowane kupony kontrolne lub rejestracja kart wstępu) oraz osób wchodzących na targi na podstawie stałych przepustek (np. rocznych kart wstępu lub przepustek VIP) – ale tylko wówczas, gdy możliwe jest udokumentowanie ich wstępu (np. poprzez zastosowanie specjalnych kuponów / odcinków rejestracyjnych).

Wejścia na targi – obliczane są gdy istnieją warunki umożliwiające ewidencję i kontrolę powtórných (wielokrotnych) wejść na targi tej samej osoby (np. gdy stosuje się seryjnie numerowane kupony / odcinki kontrolne przy kartach wstępu lub gdy działa system elektronicznej ewidencji wejść, na podstawie którego sporządzany jest raport), a tym samym - możliwe jest ustalenie liczby ogółem pojedynczych wejść na targi.

Liczba ogółem wejść równa się sumie liczby pojedynczych pierwszych wejść i liczby wejść powtórných.

Jeśli nie są możliwe ewidencja i kontrola takich wejść, uznaje się, że liczba wejść jest równa liczbie zwiedzających ogółem.

Exhibition Space

Total Contracted Exhibition Space – the total space hired by exhibitors, invoiced by the organizer, occupied by exhibitors for the entire duration of the exhibition and the space made available to exhibitors on the basis of documents other than rent contracts, on the condition that the space is accessible to visitors for the entire duration of the exhibition;

Special Show Space – space made available by the exhibition organizer, independent of any single exhibitor, where performances, shows, lectures, contests are held, if this activity is related to/covers/promotes the theme of the exhibition.

Total Net Exhibition Space is the sum of Total Contracted Exhibition Space and Special Show Space.

Total Contracted Exhibition Space is divided into:

- indoor space, i.e. contracted in pavilions and
 - outdoor space, i.e. contracted in the open space within the exhibition grounds.
- The basis for the rankings of exhibitions and organizers according to the exhibition space is the Total Contracted Exhibition Space.

Exhibitors

Exhibitor - Whoever rents an autonomous, separable and paid-up area unit (a stand) where people are employed exclusively by himself to offer goods and/or services in his own name or another's name, independent of the sector or product classification, for the entire duration of the exhibition/fair – can be considered an exhibitor. Trade fair/exhibition organizer issues an invoice charged to the exhibitor.

Co-exhibitors at an exhibitor's stand or participants at a collective stand are also considered exhibitors for statistical purposes if they exhibit their own goods employing their own personnel at the exhibitor's stand or at a common stand organized by a collective stand organizer and their autonomy can be undoubtedly recognized even without physical separation.

Visitors and entries/visits

Visitors – the number of visitors comprises:

– **the number of paid visitors** – calculated on the basis of the number of sold tickets (prepaid or sold on the spot) and the number of tickets (or entry passes) paid for by an exhibitor or a third party. Visitors using season tickets, several-day passes, subscription tickets and others, which entitle them to multiple entries during several days of the duration of the fair/exhibition, are calculated by dividing the price of the respective ticket by the price of a single ticket and rounding the result up to the whole number. A family ticket sold, if applicable, counts as four visitors.

– **the number of other identified visitors** – i.e. persons entering an exhibition with vouchers, registration cards or similar valid free passes or tickets can be counted as visitors only if the evidence is available (e.g. serial numbered control slips, registration cards). Persons entering an exhibition with permanent passes (e.g. annual complimentary cards or VIP passes) can only be considered visitors if evidence is provided for the visit (e.g. special vouchers/ registration slips).

Entries/visits – are calculated if there are conditions for registration and verification of repeat (multiple) entries made by the same person (e.g. serial numbered control slips or electronic entry system reports) and thus it is possible to calculate the total number of single visits at the exhibition.

The total number of visits is the sum of the total number of single visits and of the total number of repeat visits.

In case no verifiable conditions apply the total number of visitors and the total number of visits shall be the same.

ORGANIZATORZY TARGÓW W POLSCE W 2013 ROKU
EXHIBITION ORGANIZERS IN POLAND IN 2013

- 1 easyFairs Poland sp. z o.o., ul. Galicyjska 9, 31-586 Kraków, tel. +48 12 651 95 20, fax +48 12 651 95 22
- 2 Exactus s.j., al. Kościuszki 17, I p., 90-418 Łódź, tel. +48 42 632 28 66, fax +48 42 632 28 59
- 3 Demuth Alfa sp. z o.o. Ostróda s. ka., ul. Grunwaldzka 55, 14-100 Ostróda, tel. +48 89 506 58 00, tel. +48 89 647 78 77
- 4 Geoservice-Christi sp. z o.o., ul. Piłsudskiego 41/7, 50-032 Wrocław, tel. +48 71 343 21 04, fax +48 71 372 44 19
- 5 Interservis sp. z o.o., ul. Stefanowskiego 24, 90-537 Łódź, tel. +48 42 637 12 15, fax +48 42 639 79 80
- 6 Międzynarodowe Centrum Targowe sp. z o.o., ul. Finlandzka 10, 03-903 Warszawa, tel. +48 22 617 30 42, fax +48 22 616 110
- 7 Międzynarodowe Targi Gdańskie S.A., ul. Żaglowa 11, 80-560 Gdańsk, tel. +48 58 554 92 00, fax +48 58 552 21 68
- 8 Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o., ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań, tel. +48 61 869 20 00, fax +48 61 869 29 99
- 9 Międzynarodowe Targi Szczecińskie sp. z o.o., ul. Struga 6-8, 70-777 Szczecin, tel. +48 91 464 44 01, fax +48 91 464 44 02
- 10 Murator Expo sp. z o.o., ul. Senatorska 13/15, 00-075 Warszawa, tel. +48 22 829 66 80, fax +48 22 829 66 81, +48 22 829 66 90
- 11 Targi Bydgoskie Sawo sp. z o.o., ul. Dworcowa 81, 85-009 Bydgoszcz, tel. +48 52 581 11 77, fax +48 52 581 11 76
- 12 Targi Lublin S.A., ul. Dworcowa 11, 20-406 Lublin, tel. +48 81 534 46 14, fax +48 81 534 92 95
- 13 Targi Toruńskie sp. z o.o., ul. Szosa Chełmińska 27, 87-100 Toruń, tel. +48 56 658 20 90, fax +48 56 658 20 99
- 14 Targi w Krakowie sp. z o.o., ul. Galicyjska 9, 31-586 Kraków, tel. +48 12 644 59 32, fax +48 12 644 61 41
- 15 Yacht-Expo sp. z o.o., ul. Senatorska 13/15, 00-075 Warszawa, tel. +48 22 829 66 80, fax +48 22 829 66 81, +48 22 829 66 90
- 16 ZIAD Bielsko-Biała S.A., al. Armii Krajowej 220, 43-316 Bielsko-Biała, tel. +48 33 813 82 40, fax +48 33 814 22 31
- 17 Zarząd Targów Warszawskich S.A., ul. Puławska 12a, 02-566 Warszawa, tel. +48 22 849 60 06, fax +48 22 849 35 84

w nowym
miejscu
z nowymi
pomysłami

targi
kongresy
konferencje

Targi w Krakowie
zapraszają do
Międzynarodowego Centrum
Targowo-Kongresowego



KRAKOW


Targi
w Krakowie

www.targi.krakow.pl
www.expo.krakow.pl


KRAKOW

Obiekty targowo-konferencyjne

Exhibition and Conference Venues in Poland

CENTRUM KONFERENCYJNO WYSTAWIENNICZE OPOLE

Powierzchnia w halach brutto (m kw.) Gross space in halls (sq. m)	2 400
Powierzchnia otwarta brutto (m kw.) Gross open space (sq. m)	2 000
Powierzchnia w salach konferencyjnych (m kw.) Space in conference rooms (sq. m)	200
TARGI / TRADE FAIRS	13
INNE WYDARZENIA / OTHER EVENTS	
• konferencje / conferences	17
• kongresy / congresses	7
• spotkania firmowe / company meetings koncerty / concerts wydarzenia sportowe / sports events	34
• inne / others	16
OGÓŁEM (TARGI + INNE WYDARZENIA) TOTAL (TRADE FAIRS + OTHER EVENTS)	87



EXPO ARENA OSTRÓDA

Powierzchnia w halach brutto (m kw.) Gross space in halls (sq. m)	18 905
Powierzchnia otwarta brutto (m kw.) Gross open space (sq. m)	0
Powierzchnia w salach konferencyjnych (m kw.) Space in conference rooms (sq. m)	2 082
TARGI / TRADE FAIRS	11
INNE WYDARZENIA / OTHER EVENTS	
• konferencje / conferences / kongresy / congresses	1
• spotkania firmowe / company meetings koncerty / concerts wydarzenia sportowe / sports events	0
• inne / others	2
OGÓŁEM (TARGI + INNE WYDARZENIA) TOTAL (TRADE FAIRS + OTHER EVENTS)	15



EXPO-ŁÓDŹ

Powierzchnia w halach brutto (m kw.) Gross space in halls (sq. m)	10 000
Powierzchnia otwarta brutto (m kw.) Gross open space (sq. m)	8 400
Powierzchnia w salach konferencyjnych (m kw.) Space in conference rooms (sq. m)	1 200
TARGI / TRADE FAIRS	26
INNE WYDARZENIA / OTHER EVENTS	
• konferencje / conferences	25
• kongresy / congresses	4
• spotkania firmowe / company meetings koncerty / concerts wydarzenia sportowe / sports events	6
• inne / others	7
OGÓŁEM (TARGI + INNE WYDARZENIA) TOTAL (TRADE FAIRS + OTHER EVENTS)	68



MIĘDZYNARODOWE TARGI GDAŃSKIE / AMBER EXPO

Powierzchnia w halach brutto (m kw.) Gross space in halls (sq. m)	14 162
Powierzchnia otwarta brutto (m kw.) Gross open space (sq. m)	17 700
Powierzchnia w salach konferencyjnych (m kw.) Space in conference rooms (sq. m)	1 552
TARGI / TRADE FAIRS	24
INNE WYDARZENIA / OTHER EVENTS	
• konferencje / conferences	40
• kongresy / congresses	2
• spotkania firmowe / company meetings koncerty / concerts wydarzenia sportowe / sports events	0
• inne / others	34
OGÓŁEM (TARGI + INNE WYDARZENIA) TOTAL (TRADE FAIRS + OTHER EVENTS)	100

**MIĘDZYNARODOWE TARGI POZNAŃSKIE**

Powierzchnia w halach brutto (m kw.) Gross space in halls (sq. m)	135 966
Powierzchnia otwarta brutto (m kw.) Gross open space (sq. m)	28 806
Powierzchnia w salach konferencyjnych (m kw.) Space in conference rooms (sq. m)	8 943
TARGI / TRADE FAIRS	88
INNE WYDARZENIA / OTHER EVENTS	
• konferencje / conferences	320
• kongresy / congresses	
• spotkania firmowe / company meetings koncerty / concerts wydarzenia sportowe / sports events	109
• inne / others	1 209
OGÓŁEM (TARGI + INNE WYDARZENIA) TOTAL (TRADE FAIRS + OTHER EVENTS)	1 726

**MIĘDZYNARODOWE TARGI SZCZECIŃSKIE**

Powierzchnia w halach brutto (m kw.) Gross space in halls (sq. m)	4 160
Powierzchnia otwarta brutto (m kw.) Gross open space (sq. m)	60 000
Powierzchnia w salach konferencyjnych (m kw.) Space in conference rooms (sq. m)	320
TARGI / TRADE FAIRS	5
INNE WYDARZENIA / OTHER EVENTS	
• konferencje / conferences	1
• kongresy / congresses	0
• spotkania firmowe / company meetings koncerty / concerts wydarzenia sportowe / sports events	4
• inne / others	5
OGÓŁEM (TARGI + INNE WYDARZENIA) TOTAL (TRADE FAIRS + OTHER EVENTS)	15



TARGI LUBLIN

Powierzchnia w halach brutto (m kw.) Gross space in halls (sq. m)	10 925
Powierzchnia otwarta brutto (m kw.) Gross open space (sq. m)	5 913
Powierzchnia w salach konferencyjnych (m kw.) Space in conference rooms (sq. m)	363
TARGI / TRADE FAIRS	24
INNE WYDARZENIA / OTHER EVENTS	
• konferencje / conferences	27
• kongresy / congresses	1
• spotkania firmowe / company meetings koncerty / concerts wydarzenia sportowe / sports events	13
• inne / others	67
OGÓŁEM (TARGI + INNE WYDARZENIA) TOTAL (TRADE FAIRS + OTHER EVENTS)	132

**TARGI TORUŃSKIE / CENTRUM TARGOWE PARK**

Powierzchnia w halach brutto (m kw.) Gross space in halls (sq. m)	3 065
Powierzchnia otwarta brutto (m kw.) Gross open space (sq. m)	17 000
Powierzchnia w salach konferencyjnych (m kw.) Space in conference rooms (sq. m)	320
TARGI / TRADE FAIRS	8
INNE WYDARZENIA / OTHER EVENTS	
• konferencje / conferences	28
• kongresy / congresses	
• spotkania firmowe / company meetings koncerty / concerts wydarzenia sportowe / sports events	15
• inne / others	39
OGÓŁEM (TARGI + INNE WYDARZENIA) TOTAL (TRADE FAIRS + OTHER EVENTS)	90

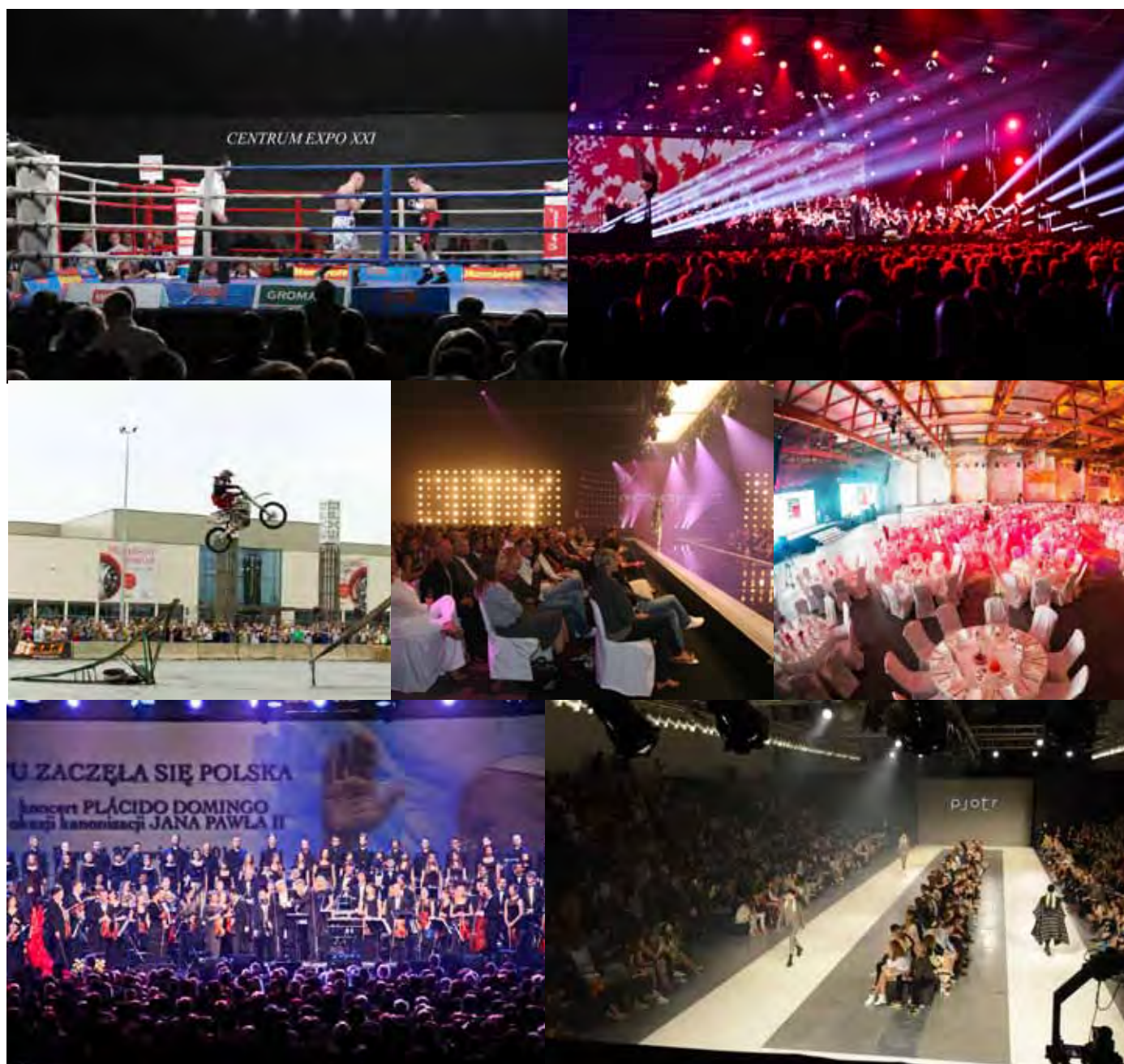
**TARGI W KRAKOWIE / EXPO KRAKÓW**

Powierzchnia w halach brutto (m kw.) Gross space in halls (sq. m)	10 500
Powierzchnia otwarta brutto (m kw.) Gross open space (sq. m)	72 000
Powierzchnia w salach konferencyjnych (m kw.) Space in conference rooms (sq. m)	1 500
TARGI / TRADE FAIRS	20
INNE WYDARZENIA / OTHER EVENTS	
• konferencje / conferences	18
• kongresy / congresses	12
• spotkania firmowe / company meetings koncerty / concerts wydarzenia sportowe / sports events	8
• inne / others	6
OGÓŁEM (TARGI + INNE WYDARZENIA) TOTAL (TRADE FAIRS + OTHER EVENTS)	64



WARSZAWSKIE CENTRUM EXPO XXI

Powierzchnia w halach brutto (m kw.) Gross space in halls (sq. m)	13 500
Powierzchnia otwarta brutto (m kw.) Gross open space (sq. m)	5 000
Powierzchnia w salach konferencyjnych (m kw.) Space in conference rooms (sq. m)	1 500
TARGI / TRADE FAIRS	38
INNE WYDARZENIA / OTHER EVENTS	
• konferencje / conferences	293
• kongresy / congresses	7
• spotkania firmowe / company meetings koncerty / concerts wydarzenia sportowe / sports events	189
• inne / others	17
OGÓŁEM (TARGI + INNE WYDARZENIA) TOTAL (TRADE FAIRS + OTHER EVENTS)	544





TARGI KONGRESY KONFERENCJE



6900 m² powierzchni wystawienniczej i kongresowej
1000 m² powierzchni konferencyjnej
Aula i sale konferencyjne dla 959 osób
Restauracja i parking

EXPO-ŁÓDŹ Sp. z o.o.
www.expo-lodz.pl
info@expo-lodz.pl

WŁAŚCICIEL MAREK



NATURA  food

 Uroda i Estetyka





przestrzeń możliwości

amberexpo

Centrum Wystawienniczo-Kongresowe

Międzynarodowe Targi Gdańskie SA
Gdańsk, ul. Żaglowa 11 | sekretariat@mtgsa.com.pl

KOMPLEKSOWA OBSŁUGA WYDARZEŃ

3 hale | 12 000 m²

4 sale konferencyjne | 1058 miejsc

6 pokoi VIP | ekskluzywna przestrzeń
restauracja | 300 miejsc | catering

amberexpo.pl  

EXPO XXI – POTENCJAŁ PRZESTRZENI



eventy • targi • konferencje • bale • egzaminy • koncerty



LIDER USŁUG TARGOWYCH 2013

Leader of Trade Fair Services 2013

INEXPO - POZNAŃSKA AGENCJA TARGOWA PIOTR WOJEWODZIC JAN LISIAK S.J.

Konkurs Lider Usług Targowych organizowany jest dla członków PIPT - projektantów i wykonawców stoisk targowych. Członkami 5-osobowego Jury Konkursu Lider Usług Targowych są wybitni architekci związani z branżą wystawienniczą oraz specjaliści w dziedzinie projektowania i budowy ekspozycji targowych reprezentujący członkowskie firmy wystawiennicze - laureaci poprzednich edycji konkursu.

The Leader of Trade Fair Services Competition is organized for the members of PCEI - designers and constructors of exhibitions stands. The members of the 5-person Jury of the Leader of Trade Fair Services Competition are renowned architects connected with the exhibition sector and experts in design and construction of exhibition stands who represent exhibiting companies - the laureates of the previous editions of the competition.

17. edycję Konkursu Lider Usług Targowych wygrała firma INEXPO - Poznańska Agencja Targowa Piotr Wojewodzik, Jan Lisiak. Jury doceniło ogromne doświadczenie firmy w branży wystawienniczej, uzyskane patenty, a także ambitne realizacje, wysoką jakość usług oraz wyróżniające się projekty. To drugi tytuł Lidera Usług Targowych w dorobku firmy INEXPO. Poprzedni został przyznany w 1999 roku.

Jury Konkursu LUT przewodniczył w tej kadencji arch. inż. Tadeusz Piątek. Pozostali członkowie Jury to: arch. inż. Ryszard Grajewski oraz Andrzej Meliński, prezes zarządu Meliński Minuth (Lider Usług Targowych 2010), Marek Partyła, prezes zarządu Probudex (Lider Usług Targowych 2011) oraz Maciej Witkowiak, prezes zarządu Inter-Mark Group (Lider Usług Targowych 2012).

- Tegoroczną edycję oceniam bardzo dobrze. O przyznaniu tytułu i nagrody Lider Usług Targowych 2013 zdecydowało ogromne doświadczenie firmy Inexpo, jednej z wiodących firm wystawienniczych w Polsce - powiedział arch.inż. Ryszard Grajewski.

PIPT ambasadorem sztuki wystawienniczej

Celem konkursu Lider Usług Targowych jest podnoszenie jakości usług targowych oraz promocja przedsiębiorstw, które wyróżniają się w swojej działalności postępowaniem w zakresie zastosowania nowoczesnych rozwiązań aranżacyjnych, nowych technologii, wyróżniających się projektów i realizacji oraz przykładających szczególną wagę do wdrażania nowoczesnej myśli wystawienniczej i architektonicznej. Potrzebni są ambasadorem tej sztuki. Polska Izba Przemysłu Targowego dzięki organizacji takich inicjatyw jak Konkurs Lider Usług Targowych stwarza znakomitą okazję do pokazania tego rodzaju sztuki.

SE





- Konkurs Lider Usług Targowych to na pewno duża promocja dla firm. Wyróżnienie przyznawane przez naszą branżową organizację PIPT daje możliwość pokazania w Polsce i na świecie, że jest się na topie.
- uważa Maciej Witkowiak prezes zarządu Inter Mark-Group.

The 17th edition of the Leader of Trade Fair Services Competition was won by INEXPO - Poznańska Agencja Targowa Piotr Wojewodzic, Jan Lisiak. The jury acknowledged the great experience of the company in the exhibition sector, obtained patents, as well as ambitious projects, high quality of services and outstanding designs. This is the second time INEXPO has won the title of the Leader of Trade Fair Services. The previous title was awarded to them in 1999. This year the Jury of the competition was chaired by Arch. Tadeusz Piątek. The other members were: Arch. Ryszard Grajewski, Andrzej Meliński, President of the Board of Meliński Minuth (the Leader of Trade Fair Services 2010), Marek Partyła, President of the Board of Probudex (the Leader of Trade Fair Services 2011) and Maciej Witkowiak, President of the Board of Inter-Mark Group (the Leader of Trade Fair Services 2012).

- This year's edition of the competition was very good in my opinion. Presenting the title and the award of the Leader of Trade Fair Services was influenced by the great experience of Inexpo, one of the leading exhibiting companies in Poland - arch. Ryszard Grajewski

PCEI is the ambassador of the art of exhibition stand design and construction

The objective of the Leader of Trade Fair Services Competition is to improve the quality of exhibition services and to promote companies which stand out in their business activities with regards to the application of modern decor solutions, new technologies, exceptional designs and projects, and which pay particular attention to the implementation of modern concepts in exhibition stand design and architecture. We need ambassadors of this art. Thanks to the organization of such initiatives as the Leader of Trade Fair Services Competition, Polish Chamber of Exhibition Industry offers a perfect opportunity to present this kind of art.

- The Leader of Trade Fair Services Competition means excellent promotion for companies. The title presented by PCEI gives the opportunity to show in Poland and in the world that you are the best. - Maciej Witkowiak, President of the Board of Inter Mark-Group.



STOISKO ROKU 2013

STAND OF THE YEAR 2013

Już po raz piętnasty Polska Izba Przemysłu Targowego wyłoniła laureatów konkursu „Stoisko Roku”. W konkursie biorą udział firmy realizujące usługi projektowania i budowy stoisk targowych zrzeszone w PIPT. Jury konkursu oceniło dwanaście projektów zgłoszonych przez pięć firm.

Already for the fifteenth time Polish Chamber of Exhibition Industry selected the laureates of the „Stand of the Year” competition. The competition is organized for companies which offer services of design and construction of exhibition stands, at the same time associated in PCEI. The Jury assessed twelve projects submitted by five companies.

ZŁOTY MEDAL / GOLD MEDAL – INTER-MARK GROUP

Złoty Medal za Stoisko Roku 2013 otrzymało stoisko poznańskiej firmy **Inter-Mark Group**, wykonane dla wystawców **IGT Reno i IGT Las Vegas** ze Stanów Zjednoczonych. Projektantem nagrodzonej pracy jest Amerykanin **John Athey** z agencji marketingowej **DERSE**. Nagrodzone stoisko powstało na potrzeby targów **ICE Totally Gaming 2013** w Wielkiej Brytanii.

The **Gold Medal for the Stand of the Year 2013** was awarded to the company from Poznań, **Inter-Mark Group**, constructed for the exhibitors **IGT Reno and IGT Las Vegas** from the United States. The awarded project was designed by an American **John Athey** of **DERSE** marketing agency. The victorious stand was built for the exhibition **ICE Totally Gaming 2013** in Great Britain.



Fot. Archiwum Inter-Mark Group

SREBRNY MEDAL/SILVER MEDAL – MELIŃSKI MINUTH



Srebrny Medal, Jury przyznało stoisku wykonanemu przez firmę **Meliński Minuth** z Poznania, według projektu izraelskiego **Studia Jeger**, dla **Israel Export Institute**. Koncepcja ta, została zrealizowana na targach **Medica** w Dusseldorfie.

The **Silver Medal**, was presented to the stand constructed by **Meliński Minuth** from Poznań according to the design of the Israeli **Jeger Studio** for **Israel Export Institute**. This project was executed at the **Medica** exhibition in Dusseldorf.

Fot. Archiwum Meliński Minuth

BRĄZOWY MEDAL / BRONZE MEDAL - EXPO LINIA

Brązowym Medalem Jury nagrodziło stoisko zgłoszone przez firmę **Expo Linia z Buku**. Projekt **Gizeli Rozwadowskiej-Mylki** oraz **Marty Krawczyk** z Expo Linii zrealizowany został przez Expo Linie dla polskiej firmy **Solaris Bus & Coach**, która wzięła udział w targach BUSWORLD w Kortijk w Belgii.

The **Bronze Medal** was awarded to the stand submitted by **Expo Linia from Buk**. The design by **Gizela Rozwadowska-Mylka** and **Marta Krawczyk** from Expo Linia was executed by Expo Linia for the Polish Company **Solaris Bus & Coach**, which participated in the BUSWORLD exhibition in Kortijk in Belgium.



Fot. Archiwum Expo Linia

Z uwagi na wysoki poziom zgłoszeń konkursowych, w tej edycji konkursu Jury postanowiło przyznać również wyróżnienie. Otrzymała je także firma Meliński Minuth, zdobywca Srebrnego Medalu. Projekt własny firmy, zrealizowany został dla przedsiębiorstw Veolia i SARPI. Ekspozycja miała miejsce na targach POLEKO w Poznaniu.

Due to the high level of submitted works, the Jury of this year's edition of the competition also decided to award a distinction. It was presented to the company Meliński Minuth, the winner of the Silver Medal. The design was prepared by this company for the companies Veolia and SARPI during the POLEKO exhibition in Poznań.

Światowy poziom

Porównując tę edycję konkursu z ubiegłoroczną nie sposób nie zauważyć, że poziom prac stale rośnie, dodatkowo ta edycja była bardzo międzynarodowa. Jury było pod wrażeniem wysokiego poziomu zgłoszonych prac, które absolutnie nie odbiegały od najwyższych światowych standardów.

- Muszę powiedzieć, że był to ogromny przełom, edycja zeszłoroczna była dobra, czy nawet bardzo dobra, natomiast w tym roku mieliśmy do czynienia z ekspozycjami targowymi z całego świata. Doskonali, wspaniały poziom. Najlepiej oceniliśmy te prace, które cechowały się wewnętrzną spójnością i wykonane były z pewnym przesłaniem, komunikatem. Szczególnie zaimponował nam projekt polsko - izraelski. Ocenialiśmy spójność formalną, na którą składały się, nie tylko sama bryła, ale również elementy przestrzenne i światło. Co ciekawe, najwyżej oceniliśmy te projekty, które były najskromniejsze jeśli chodzi o nakłady. Docenialiśmy stworzenie pewnej organicznej całości - podsumował obrady prof. zw. dr hab. Jacek Ojrzanowski z Politechniki Koszalińskiej.

Duże znaczenie ma i zawsze miało oświetlenie, możliwości technik oświetleniowych w tej chwili są przeogromne. Przejawiają się to i w polskich realizacjach. *- Ponadto w projektach zdecydowanie dało się zauważyć odwrót od rozbudowanych kolorystycznie stoisk. Dominuje minimalizm. Tegoroczne projekty są bardziej stonowane. Taka forma wypukła i eksponuje treść - powiedział prof. dr. hab. Włodzimierz Bartczak, członek jury, ASP Warszawa.*

International level

Comparing this edition of the contest with the previous year, it was impossible not to notice that the level of submitted works is constantly growing and, what is more, the competition this year had a really international character. The Jury was impressed by the high level of submitted works which met the highest global standards.

- I must say that it was a tremendous breakthrough, the competition last year was good, even very good, however this year we dealt with exhibition stands from all over the world. Splendid, absolutely fantastic level. The best works which we acknowledged were those which were characterized by internal coherence and were made in a way to convey a certain message, a communiqué. We were especially impressed by the Polish-Israeli project. We appraised the formal coherence consisting of not only the structure but the spatial elements and light as well. What is interesting, we evaluated the highest the designs which were the most economical as far as the outlays were concerned. We awarded the creation of a kind of a limited whole - Prof. Jacek Ojrzanowski of Koszalin University of Technology summed up the Jury meeting.

Lights have always been very important; the potential of the lighting technologies today are practically unlimited. This could be seen also in the Polish projects. *- Additionally, the designs also clearly showed the turn away from much too colorful stands. Minimalism is the catchphrase today. The designs this year are more toned. Such a form underlines and emphasizes the content. - Prof. Włodzimierz Bartczak, member of the Jury, Warsaw School of Fine Arts.*

Polskie firmy budują stoiska targowe na całym świecie

Polish Companies Construct Exhibition Stands All Over the World

Projektowanie stoisk targowych to dziedzina, która rozwija się nieustannie. Pomysłowość projektantów opiera się na przede wszystkim na zróżnicowanych formach dostosowanych do określonej strategii marketingowej i filozofii danej marki. Dlatego też na rynku można zaobserwować tendencje oparte na wykorzystaniu najnowszych rozwiązań technologicznych i graficznych, a z drugiej strony pojawiają się proste, modułowe, naturalne formy nawiązujące do elementów natury.

Designing exhibition stands is a field which is continuously developing. Creativeness of designers is based above all on diversified forms adjusted to a specific marketing strategy and the philosophy of a particular brand. That is why the market displays trends founded on the latest technological and graphic solutions and, on the other hand, there appear simple, modular, and natural forms referring to the elements of the nature.

Stoisko targowe to nie tylko ciekawa zabudowa, to przede wszystkim miejsce, w którym znajduje odzwierciedlenie strategia działania firmy. Dlatego też poza walorami architektonicznymi olbrzymią rolę odgrywa marketing doświadczeń, czyli zastosowanie na stoisku elementów umożliwiających zwiedzającemu emocjonalny kontakt z marką. Odbывa się to poprzez wykorzystanie najnowocześniejszych rozwiązań: ekranów dotykowych, mappingu, hologramów, interaktywnych ścian, eventów towarzyszących. - *Materiały zabudowy również są zróżnicowane, producenci bowiem dostosowują się do kreatywnych form projektantów. Dlatego też coraz częściej materiałami stosowanymi w wystawiennictwie są tkaniny, wykorzystywane w zastępstwie elementów drewnianych lub uzupełniające się z nimi. Umożliwiają one wykonanie podwieszceń, ścianek wystawienniczych w interesujący, nieszablony sposób.* - mówi Maciej Witkowiak, prezes zarządu Inter-Mark Group.

Tendencje w projektowaniu i budowie stoisk

Coraz ważniejszą rolę w aranżacjach targowych odgrywa światło. Używane jest ono już nie tylko w klasycznej formie by rozjaśnić pomieszczenie, ale także jako element ułatwiający budowanie atmosfery. Wybór odcienia zależy między innymi od branży, którą reprezentuje wystawca. - *Firmy związane z branżą medyczną najczęściej wykorzystują kolor biały, który daje wrażenie ładu i sterylności. Światło żółte używane jest natomiast przez firmy produkujące meble czy elementy wyposażenia wnętrz. Dzięki niemu uzyskujemy bowiem „efekt domu” - ciepłego pomieszczenia, w którym chcemy spędzać czas. Odpowiednie oświetlenie pomaga również wydobywać i uwypuklać określone elementy eksponowanego produktu m.in. podczas oficjalnych premier odbywających się na targach.* - mówi Andrzej Meliński, prezes zarządu Meliński Minuth. W konstrukcjach targowych pojawia się ponownie drewno, materiały imitujące beton, wielobarwne tworzywa oraz metale. Są one coraz częściej wykorzystane w niekonwencjonalny i innowacyjny sposób. Dla wystawców liczy się różnorodność i oryginalność, dlatego cały czas projektanci stoisk poszukują wyjątkowych i niepowtarzalnych pomysłów na prezentację oferty klienta.

Zdaniem Jacka Kisiała, współwłaściciela firmy Extend Vision nie ustaje moda na wszelkie formy podświetleń z użyciem technologii LED. Spadająca cena tego rodzaju oświetlenia i wysokie bezpieczeństwo (niska temperatura pracy i niski pobór energii) sprawia, że oświetlenie LED można zobaczyć praktycznie wszędzie. Obserwując

An exhibition stand is not only an interesting structure but, most importantly, it is a place which reflects the strategy of the company. That is why, apart from the architectural values, great emphasis is put on experience marketing, i.e. the application of elements at the stand which allow the visitor to establish an emotional contact with the brand. This can be achieved by using the latest solutions: touch screens, mapping, holograms, interactive walls, accompanying events. - *Construction materials are also diversified because the contractors adjust to the creative forms used by the designers. That is why the materials used in exhibiting more frequently are fabrics used as an alternative to wood or complementing them. They allow for creating suspended elements or exhibiting walls in an interesting and non-standard way.* - says Maciej Witkowiak, president of the board of Inter-Mark Group.

Trends in the art of exhibition stand design and construction

Light is playing a more and more important role in creating exhibition stands. It is no longer used in a standard way, only to lighten the rooms, but also as an element which facilitates building the atmosphere. The choice of shade depends among others on the sectors which a particular exhibitor represents. - *Companies connected with the medical sector most frequently use white which creates an impression of order and sterility. On the other hand, yellow lights are used by companies manufacturing furniture and interior decorations. This allows them to achieve the so-called „homely effect” - a warm interior where we would like „hand out”. Proper lighting also helps to bring out and highlight specific elements of the exhibited product, for instance, during official premiers organized at exhibitions.* - says Andrzej Meliński, president of the board of Meliński Minuth. Exhibition structures use wood again, or concrete-like elements, multicolor plastics and metals. They are more and more often used in nonconventional and innovative ways. Exhibitors look for variety and originality so stand designers are on the constant lookout for exceptional and unique ideas to present the client's offer.

According to Jacek Kisiała, the co-owner of Extend Vision, there is still fashion for all forms of lighting systems using the LED technology. Declining prices of these types of lighting and increased safety and efficiency (low operational temperature and low energy consumption) make LED lighting a good solution for almost any location. Looking at exhibitions in Poland, one can get the impression that flashing light bulbs are a thing of the past. Nowadays the light

polskie targi można odnieść wrażenie, że minął już zachwyt migającymi światłkami. Obecnie rozkład światła jest coraz bardziej równomierny tworząc przyjazny klimat stoiska. - *Jeśli pokusilibyśmy się o dominujący w roku 2013 kolor to byłaby to prawdopodobnie biel w płycie pomalowanej na błysk z koniecznymi zaokrąglonymi elementami z podświetleniami ledowymi.* - twierdzi Jacek Kisiąła. Rok 2013 to dalszy wzrost znaczenia multimedialnych stoisk. Czasami mogą one być dodatkiem do stoiska, zdarza się jednak, że określona instalacja multimedialna jest tak mocno rozbudowana, że tworzone przez firmę wystawienniczą konstrukcje są jedynie nośnikami dla sprzętu i najlepiej, aby były w ogóle niewidoczne.

Według przedstawicieli firm budujących stoiska targowe rzadziej powstają stoiska o natychmiast „atakujących” wzrok odbiorcy wymyślnych kształtach. Jeśli dąży się do zaskoczenia, to poprzez nietypowe, zmuszające do zastanowienia rozwiązania konstrukcyjne. Dzięki nowatorskiemu podejściu technicznemu fragmenty ekspozycji wydają się odrywać od podłoża i na pierwszy rzut oka przeczą zasadom grawitacji. - *Przeglądając się wybieranym przez wystawców kształtów zabudowy, można zauważyć stopniową rezygnację z zaokrągleń na rzecz kątów prostych, ostrych i rozwartych. Jeśli chodzi o kolorystykę, powoli odchodzi się od schematu, według którego barwy stoiska ściśle powiązane są z branżą i logotypem firmy (i tak np. te związane z medycyną i stomatologią powinny być utrzymane w kolorystyce białe - niebieskiej lub białe - zielonej). Coraz odważniej eksperymentuje się z barwami, nawet jeśli nie nawiązują one wyraźnie do logotypu firmy. Większą uwagę przywiązuje się do detalu, jakości materiałów, ich kolorystyki czy faktury. Najbardziej pożądanymi przez wystawców cechami ekspozycji są prostota, elegancja i funkcjonalność* - mówi Gizela Rozwadowska - Mylka z firmy Expo Linia.

Wysoki poziom usług

Polski rynek wystawienniczy dostosowuje dynamicznie swoje rozwiązania do zmieniających się trendów, o czym świadczy fakt, że firmy projektujące i wykonujące stoiska coraz częściej obecne na targach na całym świecie. - *Stwarza to niepowtarzalną okazję do zaprezentowania naszych umiejętności kreatywnych, profesjonalnej obsługi klienta wysokiej jakości usług. Sukcesem jest również fakt, że polscy projektanci biorą udział w kreowaniu wystawienniczych trendów oraz propagowaniu wiedzy o usługach wystawienniczych w Polsce.* - uważa Maciej Witkowiak.

O ile targi są papierkiem lakmusowym gospodarki, o tyle firmy wystawiennicze zmiany w kierunkach eksportowych odczuwają jako jedno z pierwszych. - *Tu widocznym jest jak bardzo, w związku z sytuacją na Ukrainie i w Rosji, dla własnego bezpieczeństwa przedsiębiorcy wycofują się z tych rynków, wykazując wzmożone zainteresowanie nowymi rynkami w Europie, Azji, czy Bliskim Wschodzie. Wojna, która jeszcze rok temu była czymś nierealnym, w roku 2014 miała realne przełożenie na optykę i plany targowe na rynku wschodnim* - twierdzi Jacek Kisiąła.

Nieustającą prawidłowością jest coraz krótszy czas budowy stoiska. Organizatorzy coraz większej liczby targów skracają czas przewidziany na budowę stoisk. Firmy budujące stoiska radzą sobie z tym problemem na kilka sposobów. Pierwszym z nich jest przerzucanie coraz większej ilości prac na etap przedtargowy, tak by budowa stoiska stanowiła montaż gotowych elementów, niczym z klocków lego. Coraz popularniejszym rozwiązaniem jest też stosowanie płyt laminowanych, które dzięki szerokiej gamie kolorów i elastyczności pozwalają zaoszczędzić kilka godzin poświęconych na malowanie stoiska. - *W obecnym sezonie zauważalne są także trendy związane z ekologią. Coraz więcej firm szczerzyć może się mianem - Ecofriendly. Polskie firmy usług targowych mają większe możliwości wykonawcze. Po okresie kryzysu gospodarczego światowa gospodarka odbudowuje się, imprezy targowe również zyskują na prestiżu, a klienci skłonni są do zwiększania swojego budżetu oraz przygotowywania stoisk o nowoczesnej i odpowiadającej założeniom marketingowym formie* - mówi Andrzej Meliński.

SE

settings are more balanced to build a friendly atmosphere at the stand. - *If we had to choose one color which dominated 2013, it would probably be white, in a glossy white laminated board, illuminated with LED lights.* - states Jacek Kisiąła. 2013 was marked by the growing importance of multimedia at the stand. At times they can just be an addition to the stand but it happens that a particular multimedia installation is so extensive that the constructions erected by the exhibiting company are just carriers for the equipment and it would be best if they weren't visible.

According to the opinions of representatives of companies which construct exhibition stands, it is harder to find stands which immediately „attack” visitors with fancy shapes. If it is a surprise you are looking for, go for unusual and thought-provoking construction solutions. Thanks to the modern technical approach, elements of the exposition seem to be suspended in the air and, at first glance, they contradict the rules of gravity. - *Looking at the structural shapes selected by exhibitors one can see a gradual decline in rounded shapes and the growing popularity of straight, acute and obtuse angles. In terms of colors, we are slowly moving away from the standard in which the colors of the stand are strongly connected with the sector and the logotype of the company (i.e. those connected with medicine and dentistry should stick to white and blue or white and green). Experiments with colors are getting more and more popular even if they do not correlate directly with the company logotype. More attention is paid to details like the quality of materials, their colors or textures. Elements most desired by exhibitors are simplicity, elegance and functionality* - says Gizela Rozwadowska - Mylka of Expo Linia.

High level of services

The Polish exhibiting market is dynamically adjusting the offered solutions to the changing trends and the proof of that is the more common presence of Polish companies which design and construct exhibition stands in trade fairs and exhibitions all over the world. - *This offers a one-in-a-lifetime opportunity to present our creative skills, professional customer service and high quality of services. It is also a success that Polish designers are active in creating exhibiting trends and propagating the knowledge of exhibiting services in Poland.* - believes Maciej Witkowiak.

Exhibitions may be a litmus paper of the economy but exhibiting companies feel changes in the directions of exports as one of the first businesses on the market. - *This can be clearly seen in the withdrawal of enterprises from Ukraine and Russia, done as a safety precaution, and their growing interest in new markets in Europe, Asia or the Middle East. A war, which a year ago seemed unrealistic, in 2014 had a tangible impact on the perspectives and exhibition plans on the Eastern market* - claims Jacek Kisiąła.

The worrying tendency is the shorter and shorter time for construction of stands. Organizers responsible for more and more specialist events cut the time allocated for stand construction. Exhibition service companies tackle that problem in several possible ways. The first of them is shifting more work to the pre-exhibition phase so that the construction of a stand means only assembling ready elements, just like in the case of Lego blocks. The solution which enjoys a growing popularity is the application of laminated boards which, thanks to the palette of colors and flexibility, allow for saving several hours spent on painting the stand. - *In this season we can also observe the trends connected with ecology. More and more companies are proud to call themselves eco-friendly. Polish exhibiting companies have bright perspectives for the future. After the recent recession the global economy is recovering and exhibitions are regaining their well-deserved prestige. Clients are ready to increase their budgets and build stands with a modern form which fits their marketing objectives* - says Andrzej Meliński.

SE

Pojawia się wyzwanie!

A Challenge Emerges!

Trendy pojawiają się i znikają, żeby je przewidywać trzeba posiadać szklaną kulę, albo całkiem niezły analityczny umysł. Ale jest jeszcze trzecia, w moim mniemaniu najlepsza droga – trzeba je po prostu tworzyć! Nie podpatrywać i przywozić a wyczuwać najmniejsze oznaki upowszechniania się nowych rozwiązań i po prostu je wdrażać. Branża targowa jest działem, w którym bycie o krok przed innymi jest szczególnie ważne, ale innowator nie jest tylko zwycięzcą, przede wszystkim powinien być wizjonerem. Zapraszam Was więc na małą podróż po świecie innowacji, sprzętu, aplikacji i zdolności progностycznych!

Trends appear and die out and in order to anticipate them you'd need a crystal ball or quite an analytical brain. However there is the third and, in my opinion, the best way - you just have to create them! Don't just copy or import trends but rather spot the slightest traces of some new solutions becoming popular and simply implement them. The exhibition sector is a part of the market where being a step ahead of others is essential but the innovators are not just winners; they must be visionaries above all. So let us take a trip through the world of innovation, equipment, applications, and forecasting abilities!

Usiądźcie więc wygodnie, zamknijcie oczy i wyobraźcie sobie, że wchodzicie na wielką imprezę targową. Już od samego wejścia przy kasie biletowej jesteście witani przez multimedialny kiosk, który po przytknięciu biletu z kodem QR lub urządzenia z chipem NFC drukuje Wam identyfikator ze zdjęciem zrobionym kilka chwil wcześniej. Podstawowe dane podaliście przecież przy rejestracji, po co powtarzać tę czynność. Od razu dostajecie też pytanie czy chcecie podzielić się informacją na Facebooku i Twitterze, a już jest już tutaj ktoś znajomy i wkrótce się spotkacie. Przechodzicie po multimedialnej podłodze, która wprowadza w nastrój i już jesteście w hali targowej. Wielkość multimedialnych ekranów przyprawia o zawrót głowy, mo-

Take a seat and put your feet up, close your eyes and imagine yourself entering a large exhibition. Already at the entrance, near the ticket office, you are welcomed by a multimedia kiosk where after scanning the ticket with a QR code, or when you touch it with an NFC chip device, prints out your badge with the photo it took just a few seconds before. After all, you had provided your basic personal details while registering so why duplicate it? You are immediately asked if you wish to share the news on Facebook or Twitter; perhaps one of your friends is already here and you may meet them soon. You walk on a multimedia floor, which puts you in the proper mood, right into the exhibition pavilion. The size of multimedia screens makes your head spin; you are able to control them by touch or by movement. At every stand you are greeted by a personalized (virtual) assistant. „Hi Brad, Kate, Jack, Martha” - How can I be of help? You keep one eye on an interesting presentation while the other one is fixed on quizzes, puzzles and interactive games. Would you like to have your photo taken with the latest model of your dream car or maybe you'd like to take it for a spin in a virtual simulator? All your senses are engaged and this memory will stay with you forever! You leave carrying tons of brochures and flyers but nevertheless happy. Stop! Naturally all the brochures and flyers are already safely stored in the inbox of your e-mail and you will browse them in the evening at your leisure. Sounds beautiful? Yes, because it's true!



żecie nimi sterować ruchem albo dotykiem. Na każdym stoisku wita Was spersonalizowany asystent (wirtualny). „Cześć Bartku, Kasiu, Jacku, Michalino” – jak mogę Ci pomóc? Jednym okiem spoglądasz na interesującą Ciebie prezentację, a drugiego nie możesz odebrać od quizów, zagadek i interaktywnych gier. Chcesz mieć zdjęcie z najnowszym modelem ulubionego samochodu, a może wolisz usiąść za jego kierownicą i przejechać się na wirtualnym symulatorze? Wszystkie Twoje zmysły są zaangażowane a samo wydarzenie będziesz wspominał jeszcze długo! Wychodzisz obciążony folderami i ulotkami, ale szczęśliwy. Wróć, oczywiście wszystkie ulotki i foldery są już bezpiecznie przechowywane na Twoim mailu, usiądziesz sobie do nich wieczorem, kiedy trochę ochłoniesz. Piękne? Bo prawdziwe!

Wyzwól emocje!

Przytoczona wizja może trochę zastanawiać, ale przecież rozwiązania, na których została oparta już są. Można je spotkać na konferencjach i targach za granicą, a i polskie firmy coraz częściej inwestują fundusze i czas, żeby je wprowadzać. Dlaczego? Odpowiedź

Free your emotions!

The vision above may be a bit surprising but the solutions it was based on already exist. You can see them at conferences and exhibitions abroad, and Polish companies more and more often are investing their time and money to implement them. Why? The answer is simple. We are human and we need emotions; we are visual types who consume products using all our senses. Multimedia technologies can offer such an experience. Appropriate presentation based on interesting solutions and high quality content is worth more than a thousand words pitched by silver-tongued sales reps pushing their business cards.

Don't make a presentation, bet on communication

Written word was sufficient several years ago; just like multimedia stunts. Today, in order to grasp your audience you have to show them something truly incredible. It can be a 10-meter-wide seamless multimedia wall which will look really imposing. Transparent

jest niezwykle prosta. Jesteśmy ludźmi i potrzebujemy wrażeń, wzrokowcami, którzy konsumują produkty za pomocą wszystkich zmysłów. Technologie multimedialne potrafią to zapewnić. Odpowiednia prezentacja oparta na ciekawych rozwiązaniach i wysokiej jakości treściach jest warta więcej niż tysiąc słów, wylewanych przez złotoustych przedstawicieli handlowych wciskających wizytówki.

Nie rób prezentacji, postaw na komunikację

Słowo pisane było dobre, ale kilka lat temu, multimedialne ciekawostki też. Teraz jeżeli chcesz oczarować swoją publiczność musisz pokazać im coś naprawdę niezwykłego. Może to być multimedialna ściana bezszwowa o szerokości 10 metrów, która prezentuje się imponująco. A transparentne monitory LCD, pozwalające pokazać fizycznie istniejący produkt w wirtualnym otoczeniu multimedialnych treści pozwolą na bezproblemowe i atrakcyjne pokazanie tego czym się zajmujesz. Multimedia dają nam jeszcze jedną, wyjątkową właściwość, jeżeli ktoś nie lubi wchodzić w bliską interakcję z osobami na stoisku, wszystko co potrzebuje zobaczy na ekranach. To właśnie jest prawdziwa, wielokanałowa komunikacja.

Nie widzę widza, a uczestnika

Jeżeli masz na stoisku widza, to niestety ale musisz powiedzieć, że istnieje mniejsza szansa na skonwertowanie go w klienta. Postoi, popatrzy ale w rezultacie nic nie zapamięta. Ale daj mu tylko możliwość wejścia w interakcję, zrobienia czegoś, wydrukowania, użycia interaktywnych mediów i masz go w garści. Służą ku temu spersonalizowane rozwiązania w formie aplikacji, które mogą zrobić nam zdjęcia, przenosić obraz na imponujące ekrany wprost z naszego iPada i robić milion innych rzeczy. Masz pomysł na multimedialny quiz na Twoim stoisku? Świetnie! Znajdź kogoś kto pomoże Ci go stworzyć i pokaż odwiedzającym, że Twoja firma nie stoi słowem a interakcją. A może chciałbyś, żeby uczestnik mógł posterować aplikacjami za pomocą gestów albo dotyku (przejrzeć katalog zostawiając wystawcy informację kto i w jakich godzinach był zainteresowany jego materiałami) to naprawdę przyciąga uwagę. Gesture control nie wymaga dotyknięcia powierzchni interaktywnej, bowiem rozpoznają ruch uczestnika interakcji. Najczęściej kierunek i prędkość jego przemieszczania, dokładniejsze dostrzegają poszczególne części jego ciała, a te najdokładniejsze potrafią jednocześnie reagować na ruch 10 palców dłoni. Jeżeli chcesz być innowatorem, musisz być zawsze o krok przed swoją konkurencją.

Technologia działa cuda

Dochodzimy do sedna, wszystkie te wspaniałe rzeczy możemy zrealizować za pomocą doskonale dobranej technologii. Patrząc na rozwój branży można powiedzieć jedno: jakość ma znaczenie. Spójrzmy chociażby na cube LCD (prostokątności, który z każdej strony jest bezszwowym ekranem LCD), systemy projekcji oparte o kilkanaście projektorów multimedialnych tworzących jeden spójny obraz, mapping 3D (wyświetlanie obrazów na różnego typu bryłach i produktach idealne choćby dla branży motoryzacyjnej), interaktywne stoły tworzą wirtualną rzeczywistość, przy której zmiękną nawet najbardziej niechętnie technologii serca.

Wszyscy wygrywamy!

Innowacyjne rozwiązania multimedialne są w zasięgu ręki, a ich mnogość i atrakcyjność powoduje że każdy wygrywa. Ktoś może zapytać dlaczego. To bardzo proste, atrakcyjne środki przekazu i stoiska nasycone nowoczesną technologią powodują, że wystawca zostaje zauważony i zapamiętany. A co z dwiema pozostałymi grupami – odwiedzającymi oraz firmami budującymi stoiska targowe? Przedsiebiorstwa dzięki korzystaniu z przedstawionych przez nas trendów i rozwiązań mogą budować swoją przewagę konkurencyjną. A klienci? Będą stać i podziwiać. Tym sposobem wygrywają wszyscy! Era prawdziwych multimedialnych stoisk dopiero się zaczyna, warto być do niej dobrze przygotowanym.

LCD screens allowing for presenting the actual product in a virtual reality of multimedia content will allow for problem-free and attractive demonstration of what you do. Multimedia offers one more exceptional feature. If someone doesn't like to interact too closely with people at the stand, they are able to see everything they need on the screens. This is the true meaning of multichannel communication.

There are now viewers, just participants

If a viewer comes to your stand, I'm sorry to say but that it means less likelihood to turn them into a customer. They will just stand there, look around for a while but will remember nothing as a result. But offer them a chance to interact, to do something, print something, use interactive media and they are yours. This can be achieved by using personalized solutions in a form of applications which may take our photo, transfer an image to enormous screens straight from our iPads and accomplish a million of other things. You have an idea for a multimedia quiz at your stand? Great! Find someone who will help you create it and show the visitors that your company is not based on words but on interactions. Or perhaps you'd like the participants to control applications using their gestures or touch (browse the exhibitor's catalogue leaving them the information who and at what time was interested in their materials). This really gets their attention. Gesture control does not require touching the interactive surface because it recognizes the gestures of the participant. The most frequent are the direction and speed of their movement; more accurate ones detect individual parts of their bodies while the most sensitive are able to simultaneously react to the movement of all ten fingers. If you want to be an innovator, you must always be one step ahead of your competition.

Technology makes miracles

Now we are getting to the point. All these wonderful ideas can be achieved using appropriately selected technology. Looking at the development of our sector we can say one thing: quality matters. Take the LCD cube for example (a cube whose sides are seamless LCD screens), projector systems using several different multimedia beamers which display one coherent image, 3D mapping (projecting images on various shapes and products which is perfect for the automotive sector for instance), interactive tables creating virtual reality which will soften even the most technology-resistant hearts.

We are all winners!

Innovative multimedia solutions are within reach and their variety and appeal make us all winners. Why you may ask. It is very simple. Attractive media and stands filled with cutting-edge technology make the exhibitors be noticed and remembered. So what about the other two groups - the visitors and companies which build exhibition stands? Thanks to the application of the presented trends



and solutions, the companies are able to build their competitive advantage. And the customers? They will stand and watch in awe. In this way everyone is a winner! The era of truly multimedia stands is just beginning and it is worth being well prepared for it.

Michał Górski (SQM)

KOMPLEKSOWA OBSŁUGA TARGÓW

TWÓJ SUKCES



www.promocja-w-gola.com.pl

info@promocja-w-gola.com.pl

061 866 50 58

PROMOCJA

INTERMARK



Inter-Mark Group Sp. zo.o. Sp. kom, ul. Przybyszewskiego 45/7, 60-356 Poznań, tel: 61 81 68 248 email: biuro@intermark.com.pl

www.intermark.com.pl



W Mad-Expo wiemy jak budować stoiska!

Mad-Expo knows how to build exhibition stands!

Kim jesteśmy?

Who we are

Jesteśmy profesjonalistami. Posiadamy wykwalifikowany zespół oraz własne zaplecze techniczne co pozwala nam na kompleksową obsługę stoisk targowych. Indywidualne podejście do każdego klienta oraz dbałość o najwyższą jakość usług to nasza wizytówka.

We are professionals. Owing to our highly qualified team and in-house technical resources we offer a comprehensive service of exhibition stands. Top-notch quality of services and individual approach to every customer are our standard brand features.



Co robimy?

What we do

Budujemy stoiska. Ponad piętnastoletnie doświadczenie w branży wystawienniczej sprawia, że wiemy jak to robić. Materializujemy wizję klienta, zamieniając ją w stoisko idealnie odzwierciedlające potrzeby danej firmy. Projektujemy, budujemy, zapewniamy obsługę.

We build exhibition stands. Having over 15 years of experience in the exhibition industry we know how to do it. We transform our customers' visions into reality by creating stands that perfectly match the needs of their companies. We design, build and provide service. And we do it well.



Firmy targowe wspierają internacjonalizację polskich przedsiębiorców

Exhibiting Companies Support Internationalization of Polish Entrepreneurs

Nie ma wątpliwości, co do tego, że udział polskich wystawców w targach w kraju i za granicą umożliwia im wchodzenie na nowe rynki. Korzyści, jakie płyną dla polskiego eksportera z udziału w targach są wielorakie. Skuteczny wyjazd wystawców na targi za granicę to jednak w dużej mierze zasługa wyspecjalizowanych w ich obsłudze firm targowych.

There is no doubt that participation of Polish companies in exhibition in our country and abroad allows them to enter new markets. Benefits from participation in exhibitions for exporters are numerous. However, effective participation in foreign exhibitions is largely depends on specialized exhibiting companies which offer services for exhibitors from Poland.

Organizacją wystąpień polskich wystawców w targach zagranicznych profesjonalnie zajmuje się spore grono firm z Polskiej Izby Przemysłu Targowego. Poza klasycznymi organizatorami udziału polskich przedsiębiorców w targach za granicą, takimi jak m.in. warszawski Eltar i Maxpol oraz bydgoski World Expo International, są to również przedstawicielstwa targów zagranicznych jak A.S. Messe Consulting (przedstawiciel Messe Duesseldorf) i Targi Lipskie Polska, a także wyspecjalizowane działy organizatorów targów w Polsce, np. Międzynarodowych Targów Poznańskich czy Targów Bydgoskich SAWO.

Zdaniem Małgorzaty Rytzel, z zarządu firmy Maxpol, organizatora wystąpień targowych polskich firm na całym świecie, z 25 letnim stażem, wyłącznego przedstawiciela w Polsce Międzynarodowych Targów Spożywczych IFE w Wielkiej Brytanii i IFEA w Republice Południowej Afryki, targi cieszą się niesłabnącym zainteresowaniem polskich przedsiębiorców. – *Zauważamy duże zainteresowanie udziałem w targach spożywczych, zwłaszcza w RPA i Chinach* – twierdzi Małgorzata Rytzel.

Również firma ELTAR, organizator wystąpień targowych polskich firm na całym świecie oraz wyłączny przedstawiciel kilku towarzystw targowych, m.in.: największych nad Zatoką Perską targów spożywczych Gulfood w Dubaju, targów spożywczych na rynkach azjatyckich Allwords Exhibition czy targów budowlanych Project Qatar w Katarze, podkreśla nie słabnące zainteresowanie polskich firm wystąpieniami targowymi. – *Oczywiście liczba polskich wystawców zmienia się w zależności od koniunktury gospodarczej, zmieniają się też preferencje kierunków ekspansji eksportowej, jednak dostosowujemy do nich ofertę targową i mamy stałą grupę klientów wyjeżdżających na targi zagraniczne.* – mówi Elżbieta Tęsna, prezes zarządu ELTAR.

Podobnego zdania jest także Marek Dobiszewski, prezes zarządu Targów Bydgoskich SAWO. – *Zainteresowanie udziałem w targach zagranicznych na przestrzeni lat utrzymuje się na stałym poziomie; generalnie zależne jest od sytuacji gospodarczej w kraju i za granicą - w obszarach ekspansji gospodarczej, kondycji branży, pozycji firm, planów rozwoju, itp.* – uważa Marek Dobiszewski.

Według Agnieszki Strzelczyk-Walczak, prezesa zarządu A.S. Messe Consulting, imprezy targowe organizowane przez Messe Düsseldorf cieszą się rosnącym zainteresowaniem polskich firm. – *Odnotowujemy regularne wzrosty we wszystkich branżach do jakich skierowana jest nasza oferta targowa. W pierwszej połowie 2014 roku na 10 targach w Düsseldorfie łącznie zaprezentowało się ponad 220 wy-*

Quite a large number of enterprises from Polish Chamber of Exhibition Industry professionally deal with the organization of participation of Polish companies in foreign trade fairs and exhibitions. Apart from the typical organizers of participation of Polish companies in foreign exhibitions, such as Eltar of Warsaw, Maxpol and World Expo International from Bydgoszcz, there are also representatives of foreign exhibitions like A.S. Messe Consulting (the representative of Messe Duesseldorf), Leipzig Fair Poland, as well as specialized departments of organizers of exhibitions in Poland, e.g. Poznań International Fair or Bydgoszcz Fair SAWO.

According to Małgorzata Rytzel, member of the Board of Maxpol, which organizes participation of Polish companies in exhibitions all over the world, a company with 25 years of experience and the exclusive representative in Poland of International Food Exhibition IFE in Great Britain and IFEA in the Republic of South Africa, exhibitions are still enjoying great popularity among Polish companies. – *We have observed the growing interest in food exhibitions, especially in the RSA and in China* – claims Małgorzata Rytzel.

Also ELTAR, the organizer of participation of Polish companies in foreign exhibitions and an exclusive representative of several exhibiting associations, such as the largest food fair on the Persian Gulf, Gulfood in Dubai, food fairs on Asian markets Allwords Exhibition, or construction fairs Project Qatar in Qatar, stresses the continually growing interest of Polish companies in participation in exhibitions. – *Naturally the number of Polish exhibitors is changing depending on the economic situation, just like the changing directions of export, however we are adjusting our exhibiting offer and we have a regular group of clients who go to exhibitions abroad.* – says Elżbieta Tęsna, president of ELTAR.

This opinion is also shared by Marek Dobiszewski, president of the board of Bydgoszcz Fair SAWO – *Interest participation in foreign exhibitions in the recent years remains on the similar level; generally depending on the economic situation in Poland and abroad - in the directions of economic expansion, the condition of the sector, the position of the companies and their development plans, etc.* – believes Marek Dobiszewski.

According to Agnieszka Strzelczyk - Walczak, president of the board of A.S. Messe Consulting, exhibitions organized by Messe Düsseldorf are enjoying the growing popularity among Polish companies. – *We are noting regular growth in all sectors targeted by our exhibiting of-*

stawców z Polski, wynajmując 9 000 mkw. powierzchni wystawienniczej – mówi Agnieszka Strzelczyk-Walczak.

Wyodrębniony w strukturze Międzynarodowych Targów Poznańskich „Zespół ds. organizacji targów za granicą” wspiera polskich przedsiębiorców oraz instytucje rządowe w wystawiennictwie zagranicznym od 2003 r. W ciągu 11 lat działalności MTP z sukcesem zorganizowało udział polskich firm w ponad 120 różnych imprezach targowych na 5 kontynentach. – *Pracujemy obecnie ze stałą grupą kilkudziesięciu klientów biorących rokrocznie udział w imprezach uwzględnionych w naszym harmonogramie. Każdego roku analizujemy kalendarz imprez zagranicznych, tak by możliwie najlepiej dostosować go do panującej sytuacji na rynku oraz zmieniających się trendów w wystawiennictwie. Nowe imprezy przyciągają uwagę nowych klientów, których z każdym rokiem mamy coraz więcej.* – mówi dyrektor Filip Bittner z MTP.

Targi są niezastąpione

Z pewnością wyjazd na targi zagraniczne umożliwia rozeznanie w nowym rynku docelowym i pozyskanie klientów z tego rynku. Ponadto każde targi to miejsce wprowadzania nowości, ich demonstracja i bezpośrednia promocja. – *To miejsce, gdzie poznać można oczekiwania i zapotrzebowanie klientów i rynku, zbadać opinie o produktach, nawiązać współpracę z dystrybutorami, czy dotrzeć do klientów końcowych. To także wzmocnienie wizerunku marki na rynku, jak również bezpośrednia konfrontacja z konkurencją i natychmiastowa odpowiedź rynku i klientów na wprowadzany na rynek produkt. Targi to również wsparcie spójnej kampanii reklamowej firmy. Długofalowo zaś, to realny zysk finansowy, wypracowany na podstawie kontaktów targowych i licznie składanych na nich zamówień.* – mówi Agnieszka Strzelczyk - Walczak.

Targi nie tylko mają przyszłość, ale w wielu krajach są niezastąpionym elementem kultury handlowej. Bezpośrednia rozmowa, „dotknięcie” proponowanego produktu, zobaczenie jak działa, nigdy nie zastąpią wirtualnych obrazków ani filmików. – *Ponadto w wielu krajach mamy do czynienia z tzw. targowaniem się. Negocjacjami odbywającymi się nie tylko na poziomie biznesowym, ale także towarzysko-koleżeńskim. Bezpośrednia znajomość producenta z klientem była, jest i będzie źródłem siły targów.* – dodaje Ryszard Puciato, prezes zarządu World Expo International.

Przez udział w targach rozwija się współpraca, kooperacja między firmami, a przede wszystkim wymiana handlowa. Te przedsiębiorstwa, które już wzięły udział w konkretnych targach, mogą same określić skuteczność swego wystąpienia. – *Zarówno dla tej grupy, jak i dla tych, którzy mają taki zamiar, prowadzimy działalność polegającą na wstępnym rozpoznaniu zainteresowań ofertą polskiego przedsiębiorstwa. Wstępne rozpoznanie to wysłanie kilkudziesięciu ofert do potencjalnych klientów. Ich dobór dokonywany jest przez naszych współorganizatorów.* – uważa Małgorzata Rytteł.

fer. In the first half of 2014 over 220 exhibitors presented their offers on 9,000 m2 of exhibiting space at 10 trade fairs and exhibitions organized in Düsseldorf – says Agnieszka Walczyk- Strzelczyk.

The Team for Organizing Exhibitions Abroad operating within the structure of Poznań International Fair has been supporting Polish companies and government bodies in exhibiting abroad since 2003. With the 11 years of operations PIF has successfully organized the participation of Polish companies in over 120 different events on 5 continents. – *Currently we are cooperating with a group of several dozen clients who every year take part in the events included in our calendar. Each year we analyze the calendar of exhibitions abroad so as to adjust it as best as we can to the current market situation and the changing trends in exhibiting. New events attract the attention of new clients and each year we have more of them* – says director Filip Bittner of PIF.

Exhibitions are irreplaceable

Participation in exhibitions abroad undoubtedly allows for researching the new target market and attracting customers from that market. Additionally exhibitions are the place where premieres are organized; new products are demonstrated and directly promoted. – *It is a place where you can learn about the expectations and the needs of the clients and the markets, verify opinions about products, establish cooperation with distributors and reach your end customers. It is also a place for strengthening the brand image on the market, directly confront the competition and get an immediate response of the market and the clients to the newly-launched product. Exhibitions also support the cohesive advertising campaign of the company. In the long run, exhibitions bring tangible financial profit gained out through contacts established during the events and the orders which are placed numerous during the events.* – says Agnieszka Strzelczyk - Walczak.

Exhibitions are not only the future but in many countries they are an indispensable element of the trading culture. Face-to-face conversations, „touching” the product or observing it in action will never be replaced by virtual images or videos. – *Additionally in many countries we see the so-called haggling. Negotiations occur not only on the business but also on the friendly level. Direct meeting of the manufacturer with the customer has been and will be the source of the strength of exhibitions.* – adds Ryszard Puciato, president of the board of World Expo International.

Participation in trade fairs and exhibitions develops cooperation between companies and the trade above all. Companies which have already taken part in particular exhibitions can evaluate the effectiveness of participation for themselves. – *Both for this group and for those who intend to participate in exhibitions we offer the services of preliminary assessment of the interest in the offer of the Polish company. This preliminary assessment consists of sending several dozen offers to potential clients. Their selection is made through our co-organizers.* – comments Małgorzata Rytteł.

SE

Realizatorzy branżowych programów promocji Ministerstwa Gospodarki w ramach poddziałania 6.5.2. Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007-2013:

1. w branży meblarskiej - konsorcjum z udziałem Międzynarodowych Targów Poznańskich;
2. w branży jubilersko - bursztynicznej - konsorcjum z udziałem Międzynarodowych Targów Gdańskich i Międzynarodowego Centrum Targowego z Warszawy;
3. w produkcji sprzętu medycznego i aparatury pomiarowej - konsorcjum z udziałem World Expo International z Bydgoszczy;
4. w branży stolarki okiennej i drzwiowej - konsorcjum z udziałem firmy Eltar Elżbieta Tęsa z Warszawy;
5. w budownictwie - wykonawcą programu jest konsorcjum udziałem firmy Interservis z Łodzi;
6. w branży maszyn i urządzeń górniczych - konsorcjum z udziałem Polskiej Techniki Górniczej z Katowic;
7. w branży odzieży, dodatków, galanterii skórzaney - konsorcjum z udziałem Międzynarodowych Targów Poznańskich.

Bezpośrednio angażują ...

1 zmysł

- radio

- reklama

zewnętrzna

- druk

2 zmysły

- telewizja

- reklama

bezpośrednia

- Internet

3 zmysły

4 zmysły

5 zmysłów

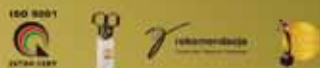
- targi

Targi.

Biznes nie może być bardziej bezpośredni.

25 LAT MAXPOL

LIDER USŁUG TARGOWYCH
NA CAŁYM ŚWIECIE



- Kompleksowa organizacja targów na całym świecie
- Zabudowa stoisk standardowych i indywidualnych
- Projektowanie stoisk
- Transport eksponatów

Wylączny przedstawiciel w Polsce targów:

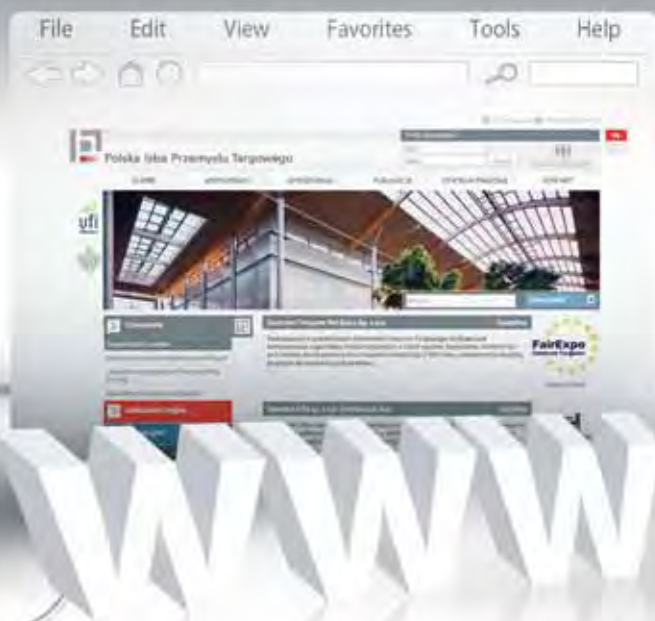
- IFE LONDYN
- IFEA JOHANNESBURG
- FOOD & DRINK BIRMINGHAM

Zapraszamy do współpracy

PPH MAXPOL Sp. z o.o.

ul. Puławska 479, 02-844 Warszawa
+48 (22) 628 06 21, +48 (22) 625 14 08
+48(22) 629 96 21
e-mail: maxpol@maxpol-targi.com.pl

www.maxpol-targi.com.pl



POLSKA IZBA PRZEMYSŁU TARGOWEGO
ZAPRASZA NA NOWĄ STRONĘ
www.polfair.pl

KOMPLEKSOWA ORGANIZACJA TARGÓW

ORGANIZACJA POLSKICH WYSTĄPIEŃ
na targach za granicą

PROJEKTOWANIE I REALIZACJA STOISK WYSTAWIENNICZYCH
na targach za granicą

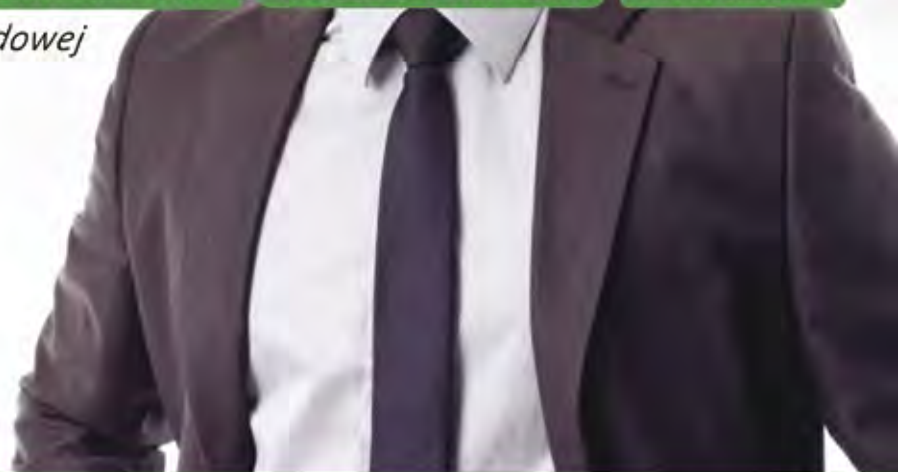
OBŚŁUGA LOGISTYCZNA OSÓB W TRAKCIE TRWANIA
targów za granicą



DORADZTWO **PROJEKT** **ORGANIZACJA** **KOORDYNACJA** **ANALIZA**

polskich wystąpień na arenie międzynarodowej

LIDER BRANŻY
WYSTAWIENNICZEJ
w Polsce* **12 LAT**
na polskim rynku



World Expo International Sp. z o.o.
ul. Fordońska 246
85-766 Bydgoszcz

tel.: 052 3216910
faks: 052 3216905

e-mail: office@world-expo.com.pl
www.world-expo.com.pl

Odkryj
Sprzedaj
Kup
Sprawdź
Dowiedz się

Zobacz na targach.

Spróbuj
Usłysz
Dotknij
Posmakuj
Powąchaj
Dostrzeż
Zrozum
Użyj
Pokochaj

Targi.

Biznes nie może być bardziej bezpośredni.

Spedycja targowa – uniwersalność i profesjonalizm

Exhibition Forwarding – Versatility and Professionalism

Wieloma drogami setki ciężarówek zdążają do targowego miasta. To spedytorzy obsługujący wystawców biorących udział w targach i wystawach w Polsce i poza jej granicami. Na czym polega specyfika obsługi spedycyjnej wystawców i jak ważna jest ta specjalistyczna dziedzina transportu i spedycji a zarazem usługa targowa? Na ten temat Marzenna Łukaszewicz rozmawia z Andrzejem Bobińskim, prezesem zarządu firmy Transmeble International z Poznania, jednej z najbardziej doświadczonych polskich firm zajmujących się tego typu działalnością.

On many roads hundreds of trucks are heading towards exhibition cities. They are forwarders who render services for companies which participate in trade fairs and exhibitions in Poland and abroad. What are the specifications of forwarding services for exhibitors and how important is this specialized form of transport and forwarding, and a trade fair service at the same time? This is the topic of the interview conducted by Marzenna Łukaszewicz with Andrzej Bobinski, President of Transmeble International from Poznań, one of the most experienced Polish companies in this sector.

M. Łukaszewicz: Czym jest usługa spedycji eksponatów targowych i jaka jest jej specyfika?

Andrzej Bobiński: Podejmując się realizacji kompletnego zlecenia od wystawcy, dotyczącego przewiezienia eksponatów na targi, bierzemy odpowiedzialność za cały ten proces. Naszym zadaniem jest organizacja procesu transportowego i przemieszczenie ładunków, a ponadto wykonanie związanych z tym licznych czynności dodatkowych. Spedytor zobowiązany jest przestrzegać wszelkich praw i obowiązków wynikających z kodeksu cywilnego dotyczących umowy spedycji, bowiem działa na rachunek zleceniodawcy i dokonuje czynności prawnych w jego imieniu. Na etapie negocjacji umowy zadaniem spedytora jest zaproponowanie zleceniodawcy możliwych sposobów realizacji zlecenia i określenie ich ceny.

MŁ: Na czym polega złożoność prac powierzonych spedytorowi?

AB: Zakres świadczeń spedytora obejmuje szereg czynności. Jest to przyjęcie towaru, sprawdzenie prawidłowości zlecenia, zarówno danych jak i dokumentów, sprawdzenie stanu przesyłki, jej masy, ilości sztuk i stanu opakowań. To także wypełnienie dokumentów przewozowych, a w transporcie międzynarodowym, np. spoza Unii Europejskiej, przygotowanie dokumentów celnych, odprawy celne oraz regulowanie należności celnych. Wielkie znaczenie ma nadzór nad prawidłowym przebiegiem procesu przewozowego, ze śledzeniem trasy przesyłki. Na bieżąco wystawca powinien być informowany o tym gdzie aktualnie znajduje się jego przesyłka. Niezbędna jest także kontrola czy w czasie przewozu nie nastąpiły uszkodzenia. W przypadku stwierdzenia uszkodzenia ładunku, należy odnotować ten fakt w odpowiednich protokołach w celu powiadomienia zleceniodawcy, a także rozliczenia szkody. Oczywiście wcześniej należy dokonać ubezpieczenia przesyłki. Osobną kwestią jest organizacja załadunku i rozładunku.

MŁ: Jakiego rodzaju dodatkowa wiedza jest przydatna spedytorowi i zapewnia sprawną obsługę spedycyjną?

AB: Spedytor musi być bardzo dociekliwy na każdym etapie działania, starając się zebrać możliwie jak najwięcej danych o przesyłce.



MŁ: Can you tell us more about the service of forwarding exhibits and what are its specifications?

Andrzej Bobiński: When we accept a comprehensive order from an exhibitor concerning the transport of exhibits to a trade fair, we assume responsibility for the whole process. It is our task to organize the transport process, move the cargo for the client and, what is more, we conduct numerous additional activities. A forwarder has a duty to adhere to all laws and ob-

ligations resulting from the provisions of the Civil Code pertaining to a forwarding contract because he acts on behalf of the client and performs legal actions in his name. In the phase of negotiations a forwarder must find and provide the client with feasible solutions and the price for their execution.

MŁ: What about the complexity of the work entrusted to a forwarder?

AB: The scope of forwarder's services covers a wide range of activities. They include accepting the goods, verifying the correctness of the order, both data and the documents, checking the condition of the shipment, its weight, quantity of items, and the condition of packaging. Then it is filling out transport documents and, in international transport, e.g. outside the European Union, preparing customs documents, customs clearance and paying customs fees. It is very important to supervise the correct course of the transport process including tracing the route of the shipment. The exhibitor should be regularly informed where his shipment is at a given time. It is also essential to control if no damage occurred in transport. If damage to cargo is discovered, it is necessary to note this fact in correctly prepared damage reports in order to inform the client and settle the damage. Naturally, the shipment must be insured beforehand. Loading and unloading operations are another matter.

MŁ: What additional knowledge is useful to a forwarder which guarantees efficient forwarding services?

Poczynając od przeznaczenia, wrażliwości na warunki atmosferyczne, poprzez dane techniczne i termin zlecenia, a kończąc na zsynchronizowaniu prac i drogi transportowej przez halę wystawową z innymi zleceniodawcami. Dopiero po ustaleniu tych wszystkich szczegółów przyjmuje zlecenie do realizacji.

MŁ: Nieodłącznym aspektem pracy spedytora jest zapewne punktualność, od początku do końca realizacji zlecenia?

AB: Oczywiście, profesjonalizm spedytora to nie tylko dbałość o dopilnowanie fachowej realizacji wszystkich etapów procesu transportowego, to także punktualność na każdym etapie wykonania zlecenia. Dotyczy ona zarówno transportu w ruchu drogą lądową, lotniczą czy morską, jak i czynności wykonywanych już na targach, a tych jest wiele, w ograniczonym czasie. W dniu dostarczenia eksponatów na targi, po weryfikacji dokumentów przewozowych zostaje przygotowane tzw. zlecenie wewnętrzne, w którym określa się wytyczne dla operatora sprzętu przeładunkowego. Operator po otrzymaniu tych dokumentów weryfikuje stan i ilość towaru, a gdy wszystkie dane zgadzają się, przystępuje do prac przeładunkowych. Po zakończeniu prac dokument zlecenia wewnętrznego potwierdzony przez zleceniodawcę trafia powtórnie do spedytora targowego. Po rozładunku spedytor zabiera też do specjalnego magazynu opakowania i dokonuje ich pomiaru. Każde opakowanie otrzymuje identyfikator określający wystawcę i numer stoiska. Jako ciekawostkę mogę podać, że w magazynie opakowań stosowany jest cały system układania opakowań, tak aby w dniu zakończenia targów możliwie jak najszybciej dostarczyć opakowania na stoiska poszczególnych wystawców.

MŁ: Tak wysoki poziom złożoności powierzanych zadań nie jest zapewne możliwy bez odpowiedniego przygotowania pracowników spedytora, wyposażenia w urządzenia logistyczne oraz gwarancji i licencji?

AB: Spedytor targowy dla realizacji zleceń musi dysponować wysoko wykwalifikowaną kadrą spedytorów z wyższym wykształceniem i znajomością języków obcych, cechujących się umiejętnościami w zakresie negocjacji, a także grupą operatorów sprzętu o dużym doświadczeniu technicznym. Sama firma poza gwarancjami celnymi posiadać musi ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej spedytora na wielotysięczne kwoty. Przedsiębiorstwo spedycji targowej musi być wyposażone we własny sprzęt do wielotonowych przeładunków i specjalistycznego transportu poziomego o nośności kilkudziesięciu ton, musi posiadać ponadto stałych dostawców sprzętu dźwigowego i wielkotonażowego sprzętu drogowego dla wykonania przewozów na dane targi. Niezbędna jest także stała współpraca z transportem lotniczym cargo i morskimi spedytorami floty towarowej.

MŁ: Najlepsze firmy z branży, takie którym warto polecić spedycję targową, zapewne współpracują ze sobą w celu wymiany doświadczeń i podnoszenia jakości świadczonych usług dla wystawców. W końcu sukces na targach firmy, która decyduje się skorzystać z tego ważnego elementu strategii marketingowej, i zadowolenie klienta, zależy również od Was.

AB: To prawda, wymiana doświadczeń, nieustanne szkolenie się oraz doskonalenie metod realizacji usług spedycji targowej to ważny aspekt naszej działalności. Wszyscy liczący się w świecie spedytorzy targowi zrzeszeni są w branżowej organizacji zawodowej IEŁA - Międzynarodowym Stowarzyszeniu Logistyki Targowej. Wśród członków IEŁA są polscy spedytorzy, m.in. Transmeble International, Universal Express i Netlog Polska. IEŁA koncentruje się na doskonaleniu jakości logistyki transportu w branży targowej. W związku z prowadzoną działalnością niezbędna jest stała wymiana opinii wśród członków stowarzyszenia oraz ulepszanie działających mechanizmów we wzajemnej współpracy.

MŁ: Dziękuję za rozmowę.

AB: A forwarder must be very inquisitive at each stage of the process trying to gather as much data as possible about the shipment. Starting from the place of delivery, to sensitivity to weather conditions, to technical details and the date of the order, and ending with synchronizing the work and the transport route through an exhibition pavilion with other exhibitors. Only after finalizing all of these details, a forwarder can accept the order for execution.

MŁ: An inseparable aspect of forwarder's work is probably punctuality, from the start to the completion of executing the order?

AB: Of course, forwarder's expertise means not only taking care of professional execution of all stages of the transport process. It is also punctuality at each stage of executing the order. It concerns the transport by road, air or sea but also all actions performed at the exhibition, and there are many of them to be done in a limited time. On the day of delivering exhibits to a trade fair, after verifying transport documents, an internal order is prepared which specifies instructions for an operator of handling equipment. After receiving these documents, the operator verifies the condition and quantity of the goods. Only when the documents are in order, he commences handling operations. After completing the work, the document of the internal order confirmed by the client is handed back to the exhibition forwarder. After unloading, the forwarder takes the packaging to a special warehouse and measures them in square meters. Each packaging is marked with a label specifying the exhibitor and the stand number. It is interesting that such a warehouse uses a special system of storing packaging units so that on the last day of the exhibition it is possible to deliver packaging to the stands of individual exhibitors as soon as possible.

MŁ: Such a high level of complexity is probably impossible without training of the forwarder's employees, the logistics equipment, without guarantees and licenses?

AB: In order to execute accepted orders, an exhibition forwarder must have a highly qualified staff of dispatchers with higher education, knowledge of languages and with good negotiating skills. He must also have a group of equipment operators with high technical expertise. Apart from customs guarantees the company must have a third party insurance covering high amounts of liability. An exhibition forwarding company must have its own equipment for handling multi-ton cargo and specialist equipment with the capacity of tens of tons for specialist horizontal transport. Additionally it must have regular subcontractors of crane equipment and means of multi-ton road transport for executing transports to exhibitions. It is also important to have partners offering sea and air freight of cargo.

MŁ: The best companies in the sector which are worth entrusting with exhibition forwarding services probably cooperate with each other to exchange experiences and improve the quality of services rendered for exhibitors. After all, the success of a company which decides to use this really important element of marketing strategy also depends on you.

AB: That's true. Exchanging experiences, continuous trainings and perfecting the methods of executing the services of exhibition forwarding is an extremely important aspect of our business activities. All major exhibition forwarders are associated in the trade organization IEŁA - the International Exhibition Logistics Association. Among IEŁA's members there are also forwarders from Poland: Transmeble International, Universal Express and Netlog Polska. IEŁA focuses on increasing the quality of the transport logistics in the exhibition sector. Due to the type of conducted activities, it is necessary to exchange information among the members of the association and to improve the working mechanisms in mutual cooperation.

MŁ: Thank you for the interview.

Honorowy Tytuł Ambasador Targów 2013

Honorary Title of the Exhibition Ambassador 2013

Od 2011 roku Polska Izba Przemysłu Targowego przyznaje Honorowy Tytuł Ambasador Targów. Jest to szczególne wyróżnienie, poprzez które Izba docenia rolę i zaangażowanie osób ze świata biznesu, nauki lub polityki, przyczyniających się do rozwoju przemysłu targowego w Polsce i popularyzacji idei targów.

Po raz pierwszy w historii konkursu w 2013 r. tytuł otrzymały dwie osoby. Mieczysław Struk, Marszałek województwa pomorskiego oraz Paweł Adamowicz, Prezydent Gdańska. Dzięki dużemu zaangażowaniu tych dwóch osób Polska północna wzbogaciła się o Centrum Wystawienniczo-Kongresowym AmberExpo - infrastrukturę targową konkurującą wobec europejskich ośrodków o najwyższych standardach.

Polish Chamber of Exhibition Industry has presented the Honorary Title of the Exhibition Ambassador since 2011. It is a special recognition through which the Chamber acknowledges the role and engagement of persons from the world of politics, science and business who facilitate the growth of the exhibition industry and popularize the concept of exhibitions.

For the first time in the history of the contest in 2013 the title was presented to two persons, Mr. Mieczysław Struk, the Marshal of the Pomerania Voivodship and Mr. Paweł Adamowicz, the Mayor of Gdańsk. Thanks to the engagement of these two people, the Northern Poland now can have AmberExpo Exhibition and Congress Center - the exhibition infrastructure competitive to other European centers with the highest standards.



Ambasador Targów 2013
Exhibition Ambassador 2013

Paweł Adamowicz
Prezydent Miasta Gdańska
Mayor of Gdańsk

Postawa oraz osobiste zaangażowanie Pawła Adamowicza i Mieczysława Struka wobec branży targowej, przyjęta i realizowana w regionie pomorskim strategia jej rozwoju uwzględniająca długi horyzont czasowy oraz przypisaniu branży targowej odpowiedzialnej roli współuczestniczenia w kreowaniu nowoczesnego wizerunku miasta i regionu - otwartych na kontakty i rozwój to podstawowe argumenty, które Kapituła wzięła pod uwagę przyznając tym osobom Tytuł Ambasadora Targów 2013.



Ambasador Targów 2013
Exhibition Ambassador 2013

Mieczysław Struk
Marszałek Województwa
Pomorskiego
the Marshal of Pomerania
Voivodship

The attitude and personal engagement of Paweł Adamowicz and Mieczysław Struk towards the exhibition industry, the adopted and executed long-term strategy of developing this sector in the Pomerania region and assigning exhibitions with the responsible role of being involved in creating the modern image of the city and the region - open to contacts and development are the main reason the Jury took into account when honoring these people with the title of the Exhibition Ambassador.

Rozwój Międzynarodowych Targów Gdańskich, tak dynamiczny w ostatnich latach nie byłby możliwy bez wsparcia naszych właścicieli, którymi są Miasto Gdańsk i Samorząd Województwa Pomorskiego. Dlatego też uznaliśmy, że godnymi Ambasadorami Targów są przedstawiciele tych instytucji w osobach Marszałka Województwa Pomorskiego Mieczysława Struka i Prezydenta Miasta Gdańska Pawła Adamowicza - *Maciej Glamowski Wiceprezes Zarządu Międzynarodowych Targów Gdańskich, członek PIPT oraz wnioskodawca nominacji 2013.*

The development of Gdańsk International Fair, so dynamic in the recent years, would not have been possible without the support of our owners, i.e. the city of Gdańsk and the Pomerania Voivodship Self-Government. Therefore we have agreed that the worthy Exhibition Ambassadors are the representatives of these institutions, the Marshal of the Pomerania Voivodship Mr. Mieczysław Struk and the Mayor of Gdańsk Mr. Paweł Adamowicz - *Maciej Glamowski Vice-President of the Board of Gdańsk International Fair and the author of the nominations in 2013.*

Obrady Kapituły i wręczenie Honorowego Tytułu „Ambasador Targów 2013” The Jury Meeting and Presenting the Honorary Title „Exhibition Ambassador 2013”



Ambasador Targów 2012 / Exhibition Ambassador 2012**Ryszard Grobelny****Prezydent Miasta Poznania / Mayor of Poznań**

Działalność Prezydenta Ryszarda Grobelnego pokazuje, jak można łączyć rozwój miasta i regionu z rozwojem instytucji targowych. Jak dzięki ich spójnemu rozwojowi uzyskać efekt synergii w postaci impulsu gospodarczego, społecznego i promocyjnego. Od dawna jest kreatorem działań gwarantujących spójny, przemyślany strategicznie i odważny rozwój Poznania i Międzynarodowych Targów Poznańskich – jednej z najważniejszych gospodarczych, społecznych i promocyjnych instytucji miasta.

The activities of Mayor Ryszard Grobelny show how you can combine the development of the city and the region with the development of exhibition institutions. How you can achieve the synergy effect of the economic, social and promotional stimulus due to their coherent development. For many years now he has initiated actions which guarantee coherent, strategic and daring development of Poznań and Poznań International Fair - one of the most important economic, social and promotional institutions of the city.

Ambasador Targów 2011 / Exhibition Ambassador 2011**Wojciech Lubawski****Prezydent Miasta Kielce / Mayor of Kielce**

Działalność Wojciecha Lubawskiego Prezydenta Kielc jest przykładem skutecznej współpracy władz samorządowych z ośrodkami targowymi. Wsparcie Prezydenta Kielc dla Targów Kielce może być wzorem dla władarzy innych miast Polski w celu jeszcze większego wpływania na rozwój i promocję regionu i biznesu wystawienniczego.

The actions of Mayor Wojciech Lubawski are the example of effective cooperation between the local authorities and exhibition centers. The support of the Mayor of Kielce for Kielce Fair may be a model to follow by mayors and authorities of other Polish cities implemented in order to maximize the impact on the development and promotion of the region and the exhibition business.

Pierwszy Honorowy Ambasador Targów

The First Honorary Exhibition Ambassador



Tytuł Pierwszego Honorowego Ambasadora Targów został przyznany przez Radę PIPT Waldemarowi Pawlakowi – ówczesnemu wiceprezesowi Rady Ministrów i Ministrowi Gospodarki w grudniu 2011 roku.

Zaangażowanie i działania Premiera Pawlaka na rzecz przemysłu targowego w Polsce są znaczne. Szczególnie podkreślić należy fakt popularyzacji idei targów, osobiste uczestnictwo w najważniejszych imprezach targowych w Polsce, poparcie dla branży targowej we współpracy administracji państwowej, samorządów i w partnerstwie publiczno-prywatnym.

The title of the First Honorary Exhibition Ambassador was presented by the Board of PCEI to Mr. Waldemar Pawlak, the then Deputy Prime Minister and the Minister of the Economy in December 2011.

The engagement and actions of the Deputy Prime Minister Pawlak for the benefit of the exhibition industry in Poland are significant. In particular, what is worth stressing is the fact of his personal participation in the most important trade fairs and exhibitions in Poland, his support of the exhibition industry in cooperation with state authorities, local governments and public-private partnership.



**Targi są częścią miksu
marketingowego.**

Tą najskuteczniejszą.

- Sprzedaż • Kontakty • Świadomość marki
- Pozycjonowanie • Edukacja • Badania
- Bezpośredni kontakt

Targi.

Biznes nie może być bardziej bezpośredni.



Targi. PO PROSTU, TARGI.

**Zaprezentuj swoją aktywność targową
w wydaniu „Świata Targów” na rok 2015**

WYCIĄG Z CENNIKA REKLAM:
CAŁA STRONA 4 800 ZŁ, PÓŁ STRONY 2 800 ZŁ (+ VAT)

info@media-expo.pl
www.media-expo.pl



MEDIA-EXPO
WAWRZYNIEC WIERZEJEWSKI
CZŁONEK-ZAŁOŻYCIEL
POLSKIEJ IZBY PRZEMYSŁU TARGOWEGO

PROGRAMY EDUKACYJNE W ZAKRESIE MARKETINGU TARGOWEGO NA UCZELNIACH WYŻSZYCH W POLSCE

TRADE FAIR MARKETING CURRICULA AT TERTIARY INSTITUTIONS IN POLAND

Lp.	Miasto/szkola wyższa City/tertiary institution	Dane do kontaktu Contact details	Nazwa studiów (kursu, seminarium) Name of studies (course, seminar)	Rodzaj studiów Type of studies	Przedmioty Subjects	Uczestnicy Participants
1	CZĘSTOCHOWA Akademia im. Jana Długosza Instytut Zarządzania i Marketingu Zakład Zarządzania i Ekonomiki Podmiotów Gospodarczych Jana Długosz Academy Institute of Management and Marketing Faculty of Management and Economics of Business Entities ul. Waszyngtona 4/8 PL-42-200 Częstochowa	dr Adam Drab a.drab@ajd.czest.pl tel. + 48 34 378 43 51 + 48 607 10 44 91 fax + 48 34 378 43 57	Kierunek: zarządzanie Specjalność: zarządzanie przedsiębiorstwem Department: Management Specialization: Management of enterprises Kierunek: zarządzanie Specjalność: zarządzanie sprzedażą i dystrybucją	Studia stacjonarne i niestacjonarne Intramural and extramural Studia podyplomowe Postgraduate	Marketing wystawienniczy Exhibition Marketing Exhibition & Trade Fair, Marketing (w j. angielskim / in English)	Studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych Students of intramural and extramural programs Pracownicy działów marketingu i działów sprzedaży Employees of Marketing and Sales Departments
2	GDAŃSK Uniwersytet Gdański; Wydział Zarządzania; Katedra Marketingu ul. Armii Krajowej 101; 81-824 Sopot University of Gdańsk; Faculty of Management; Department of Marketing	dr hab. Wojciech Żurawik, prof. UG wojciech.zurawik@ug.edu.pl tel. + 48 58 523 14 35	Kierunek: Zarządzanie Specjalność: Marketing Department: Management Specialization: Marketing	Studia stacjonarne i niestacjonarne pierwszego i drugiego stopnia Undergraduate and graduate, intramural and extramural	Tematy z zakresu marketingu targowego Aspects of exhibition marketing	Studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych Students of intramural and extramural programs
3	KATOWICE Uniwersytet Ekonomiczny im. Karola Adamieckiego Wydział Ekonomii Katedra Rynku i Konsumpcji Karol Adamiecki University of Economics Faculty of Economics Department of Markets and Consumption ul. Bogucicka 14 PL-40-226 Katowice	prof. dr hab. Grzegorz Maciejewski grzegorz.maciejewski@ue.katowice.pl tel. + 48 32 257 73 58	Ekonomia: Instytucje rynkowe, Biznes międzynarodowy, Dystrybucja i sprzedaż na rynkach krajowych i międzynarodowych Zarządzanie: Marketing usług, Marketing globalny, Marketing terytorialny Economics: Market Institutions, International Business Distribution on Domestic and International Markets Management: Marketing of Services, Global Marketing, Territorial Marketing	Studia stacjonarne i niestacjonarne Studia podyplomowe Intramural and extramural Postgraduate	Instytucje rynkowe Market Institutions	Studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych Pracownicy działów marketingu i działów sprzedaży Students of intramural and extramural programs Employees of Marketing and Sales Departments
4	KIELCE Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy Jana Kochanowskiego Wydział Zarządzania i Administracji Instytut Zarządzania The Jan Kochanowski University of Humanities and Sciences Faculty of Management and Administration Department of Management ul. Świętokrzyska 21 PL-25- 406 Kielce	prof. dr hab. Andrzej Szplitt andrzej.szplitt@ujk.edu.pl tel. + 48 32 257 73 58 dr Agnieszka Predygiel agnieszka.predygiel@ujk.edu.pl	Kierunek: Zarządzanie Specjalność: Marketing i wystawiennictwo Department: Management Specializations: Marketing and Exhibiting	Studia stacjonarne i niestacjonarne drugiego stopnia Graduate intramural and extramural	Funkcjonowanie i organizacja targów, Strategia promocji, Prawo a komunikacja i promocja, Prezentacja i wystąpienia publiczne, Planowanie działalności marketingowej, Marketing bezpośredni i CRM, Controlling marketingowy, Public relations, Analiza rynku, Sztuka komunikacji Functioning and Organization of Trade Fairs, Strategy of Promotion, Legislation vs. Communication and Promotion, Presentations and Public Appearances, Planning Marketing Activities, Direct Marketing and CRM, Marketing Controlling, Public Relations, Market Analysis, Art of Communication	Studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych Students of intramural and extramural programs
5	KRAKÓW Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica Wydział Zarządzania Katedra Badań Operacyjnych i Technologii Informatycznych Pracownia Inżynierii Produkcji i Marketingu Stanisław Staszic University of Science and Technology. Faculty of Management; Department of Operational Studies and IT; Office of Product Engineering and Marketing ul. Gramatyka 10 PL-30-067 Kraków	dr inż. Aneta Proszowska aproszow@zarz.agh.edu.pl tel. + 48 617 42 34 + 48 693 32 72 34 pokój 208	Kierunek: Zarządzanie Specjalność: Marketing Department: Management Specialization: Marketing	Studia stacjonarne i niestacjonarne drugiego stopnia Graduate intramural and extramural	Marketing w handlu i usługach Marketing B2B Marketing in trade and services B2B Marketing	Studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych Students of intramural and extramural programs
6	KRAKÓW Uniwersytet Ekonomiczny Wydział Zarządzania Katedra Handlu i Instytucji Rynkowych The University of Economics Faculty of Management Department of Trade and Market Institutions ul. Rakowicka 27, pok. 214 PL-31-510 Kraków	prof. dr hab. Andrzej Szromnik szromnia@ae.krakow.pl tel. + 48 12 293 52 82	Kierunek: Zarządzanie Specjalność: Zarządzanie sprzedażą w produkcji i handlu Department: Management Specialization: Management of sales in production and trade Seminarium dyplomowe Graduate seminar	Studia stacjonarne i niestacjonarne Intramural and Extramural Studia stacjonarne i niestacjonarne Intramural and extramural	Instytucje rynkowe, Market Institutions, Marketing terytorialny, Marketing strategiczny, (Strategia promocji, Komunikacja z rynkiem) Territorial Marketing, Strategic Marketing (Strategy of Promotion, Market Communication)	Studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych Students of intramural and extramural programs Studenci studiów dziennych Students of intramural programs
7	ŁÓDŹ Uniwersytet Łódzki Wydział Studiów Międzynarodowych i Politologicznych Katedra Marketingu Międzynarodowego i Dystrybucji University of Łódź Faculty of International and Political Studies, Department of International Marketing and Distribution ul. Narutowicza 59a; PL-90-131 Łódź	prof. dr hab. Tomasz Domański tordom@uni.lodz.pl tel. + 48 42 665 58 35	Wykłady z tematyki targowej w ramach kilku kierunków, m.in. Marketing, International Marketing, Stosunki międzynarodowe (brak odrębnego przedmiotu w całości poświęconego problematyce targów i wystaw) Lectures on trade fairs within the program of several courses, like Marketing, International Marketing, International Relations (no separate course on trade fairs and exhibitions)	Studia stacjonarne Intramural	Marketing terytorialny, Marketing strategiczny, (Strategia promocji, Komunikacja z rynkiem) Zarządzanie marketingiem w praktyce Territorial Marketing, Strategic Marketing (Strategy of Promotion, Market Communication) Marketing Management in Practice	Studenci studiów dziennych Students of intramural programs

	Filia: ul. Konstytucji 3 Maja 65 PL-97-200 Tomaszów Mazowiecki	dr Rafał Roubarraf_pl@yahoo.com	Kierunek: Turystyka i rekreacja Specjalność: Turystyka Biznesowa Department: Tourism and recreation Specialization: Business Tourism	Studia stacjonarne Intramural	Targi turystyczne jako forma promocji Tourist fairs as a form of promotion	Studenci studiów stacjonarnych Students of intramural programs
8	POZNAŃ Uniwersytet Ekonomiczny Wydział Gospodarki Międzynarodowej Katedra Handlu Międzynarodowego Wydział Zarządzania Katedra Strategii Marketingowych University of Economics Collegium Altum Faculty of International Economy Department of International Trade Department of International Management Faculty of Management Department of Marketing Strategies pok. 617a, pok. 518, pok. 726 ul. Powstańców Wielkopolskich 16 PL-60-967 Poznań	prof. dr hab. Henryk Mruk h.mruk@ue.poznan.pl tel. + 48 61 854 37 70 dr Łukasz Puślecki lukasz.puslecki@ue.poznan.pl tel. + 48 61 854 35 56 dr Marek Zieliński m.zielinski@ue.poznan.pl tel. + 48 61 854 37 75 dr Grzegorz Leszczyński g.leszczynski@ue.poznan.pl tel. + 48 61 854 37 74 pok. 719	Kierunek: Biznes międzynarodowy Department: International Business Przedmiot do wyboru na specjalności: Komunikacja w biznesie (Wydział Zarządzania, III rok) Optional subject for specialization: Communication in business (Department of Management, III year) Zarządzanie sprzedażą Sales Management Zarządzanie marketingowe na rynku business-to-business Marketing management on B2B market	Studia stacjonarne Intramural Studia stacjonarne Intramural Studia poddyplomowe Postgraduate	Targi i wystawy międzynarodowe Trade fairs and international exhibitions Targi i eventy marketingowe Trade fairs and events Komunikacja targowa. Targi jako narzędzie wsparcia sprzedaży Trade fair communication. Exhibition as sales support tool	Studenci studiów stacjonarnych Students of intramural programs Studenci studiów stacjonarnych Students of intramural programs Pracownicy działów zakupów, sprzedaży i marketingu Employees of Procurement, Sales and Marketing Departments
9	RZESZÓW Politechnika Rzeszowska Wydział Zarządzania Katedra Marketingu University of Technology Faculty of Management Department of Marketing al. Powstańców Warszawy 8 PL-35-959 Rzeszów	dr Marcin Gębarowski marcing@prz.edu.pl www.marcing.sd.prz.edu.pl tel. + 48 17 865 16 71 + 48 17 865 14 74	Kierunek: Zarządzanie, Logistyka Specjalność: Profesjonalny menedżer Department: Management, Logistic Specialization: Professional Manager Seminarium dyplomowe Graduate seminar	Studia stacjonarne i niestacjonarne drugiego stopnia Graduate intramural and extramural Studia pierwszego i drugiego stopnia Graduate and undergraduate	Marketing międzynarodowy, Targi i wystawy gospodarcze International Marketing, Trade fairs and Exhibitions Zagadnienia dotyczące przygotowania oraz realizacji wystąpień targowych Aspects of Preparing for and Realizing Participation in Exhibitions	Studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych Students of intramural and extramural programs Studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych Students of intramural and extramural programs
10	WARSZAWA Akademia Leona Koźmińskiego Katedra Marketingu Leon Koźmiński Academy, Department of Marketing ul. Jagiellońska 59 PL-03-301 Warszawa	prof. dr hab. Lechosław Garbarski lech@kozminski.edu.pl tel. + 48 22 519 21 37 prof. dr hab. Anna Olejniczuk-Merta merta@kozminski.edu.pl dr Magdalena Krzyżanowska mkrzyz@kozminski.edu.pl prof. dr hab. Teresa Taranko tarankot@kozminski.edu.pl	Wykłady z tematyki targowej w ramach kilku kierunków (brak odrębnego przedmiotu w całości poświęconego problematyce targów i wystaw). Lectures on trade fairs within the program of several courses (no separate course on trade fairs and exhibitions)	Studia stacjonarne i niestacjonarne Intramural and Extramural	Marketing, Promocja, Marketing usług, Badania marketingowe, Euromarketing Marketing, Promotion, Marketing of Services Marketing Research Euromarketing	Studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych Students of intramural and extramural programs
11	WARSZAWA Szkoła Główna Handlowa Kolegium Zarządzania i Finansów Katedra Rynku, Marketingu i Jakości, Instytut Międzynarodowego Zarządzania i Marketingu Warsaw School of Economics Collegium of Management and Finance Faculty of International Business Institute of International Management and Marketing Budynek/Building F al. Niepodległości 164 PL-02-554 Warszawa	prof. dr hab. Teresa Taranko, ttaran@sgh.waw.pl prof. dr hab. Andrzej Sznajder asznejd@sgh.waw.pl prof. dr hab. Jolanta Mazur jmazur2@sgh.waw.pl dr hab. Teresa Dudzik tdudzi@sgh.waw.pl dr hab. Ewa Baranowska-Prokop ebarano@sgh.waw.pl prof. dr hab. Elżbieta Duliniec edulin@sgh.waw.pl prof. dr hab. Tomasz Gołębiowski tgoleb@sgh.waw.pl dr hab. Mirosława Janoś-Kresło mjanos@sgh.waw.pl	Wykłady z tematyki targowej w ramach kilku kierunków (brak odrębnego przedmiotu w całości poświęconego problematyce targów i wystaw) Lectures on trade fairs within the program of several courses (no separate course on trade fairs and exhibitions)	Studia stacjonarne i niestacjonarne Intramural and extramural	Marketing, Marketing międzynarodowy, Marketing na rynku instytucjonalnym, Marketing usług, Marketing w handlu, Marketing terytorialny, Marketing, International Marketing, Institutional Marketing, Service Marketing, Marketing in Trade, Territorial Marketing,	Studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych Students of intramural and extramural programs
12	WARSZAWA Uniwersytet Warszawski Wydział Zarządzania University of Warsaw Department of Management ul. Szturmowa 1/3 02-678 Warszawa	Anna Nowakowska Kierownik ds. Projektów Edukacyjnych - Stowarzyszenie Branży Eventowej anna.nowakowska@sbe.org.pl tel. + 48 600 175 291	Wydział: Zarządzanie Department: Management Stadium Event management Specialization: Event Marketing	Studia poddyplomowe Postgraduate	Tematy z zakresu marketingu targowego i wystawienniczego Topics on trade fair and exhibiting marketing	Studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych Students of intramural and extramural programs
13	WROCŁAW Wyższa Szkoła Handlowa Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu College of Trade Wrocław University of Economics	prof. dr hab. Mirosława Pluta-Oleśnik pluta@olearnik.pl tel. + 48 71 333 11 02 – WSH, + 48 71 368 02 26 – UEW	Zarządzanie, specjalność: Marketing i komunikacja w biznesie Wydział: Nauk Ekonomicznych Kierunek: Zarządzanie Department: Management Management, specialization: Marketing and Communication in Business Department: Economic Sciences Specialization: Management	Studia stacjonarne i niestacjonarne pierwszego i drugiego stopnia Graduate and undergraduate intramural and extramural	Tematy z zakresu marketingu targowego i wystawienniczego Topics on trade fair and exhibiting marketing	Studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych Students of intramural and extramural programs

CERTYFIKAT „REKOMENDACJA POLSKIEJ IZBY PRZEMYSŁU TARGOWEGO”

“RECOMMENDATION BY POLISH CHAMBER OF EXHIBITION INDUSTRY”



Abisal sp. z o.o. ul. Strzałkowskiego 26/6A, 60-855 Poznań www.abisal.com.pl <i>Specjalizacja: projektowanie i budowa stoisk targowych</i>	
Antares Studio & Grupa – Artur Pawelec ul. Rzgowska 102 lok. 32, 93-153 Łódź www.stoiskatargowe.pl <i>Specjalizacja: projektowanie i budowa stoisk targowych</i>	
A.S. Messe Consulting sp. z o.o. ul. Kazachska 1, lok. 57, 02 - 999 Warszawa www.as-messe.pl <i>Specjalizacja: przedstawicielstwo targów Messe Düsseldorf, obsługa wystawców</i>	
JMT Polska sp. z o.o. ul. Fabianowska 151/153, 62-052 Komorniki k/Poznania www.jmt.poznan.pl <i>Specjalizacja: wyposażanie stoisk targowych</i>	
PPH MAXPOL Sp. z o.o. ul. Puławska 479, 02-844 Warszawa www.maxpol-targi.com.pl <i>Specjalizacja: organizacja wystąpień na targach za granicą, budowa stoisk targowych, organizacja targów w Polsce</i>	
Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o. ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań www.mtp.pl <i>Specjalizacja: organizacja targów w Polsce, zarządzanie obiektem targowo-konferencyjnym, projektowanie i budowa stoisk targowych, organizacja wystąpień na targach za granicą</i>	
Międzynarodowe Targi Szczecińskie sp. z o.o. ul. Struga 6-814, 70-777 Szczecin www.mts.pl <i>Specjalizacja: organizacja targów w Polsce, zarządzanie obiektem targowo-konferencyjnym,</i>	
Messe-Projekt s.c. P. Szczepaniak & R. Molewski ul. Fryderyka Chopina 15A, 62-030 Luboń/k. Poznania www.messeprojekt.pl <i>Specjalizacja: projektowanie i budowa stoisk targowych</i>	
Partner Zenon Żurek ul. Bobrownicka 1C, 61-306 Poznań www.partner.targi.pl <i>Specjalizacja: projektowanie i budowa stoisk targowych</i>	

Pracownia Sztuk Plastycznych sp. z o.o. ul. Finlandzka 10, 03-903 Warszawa www.psp.com.pl <i>Specjalizacja: projektowanie i budowa stoisk targowych</i>	
Probudex Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Usługowe sp. z o.o. ul. Mazowiecka 68A/67, 30-019 Kraków www.probudex.com.pl <i>Specjalizacja: projektowanie i budowa stoisk targowych</i>	
Promocja s.c. W.Gola B.Gola- P-rstwo Organizacji Wystaw i Obsługi Targów ul. Tatarakowa 4, 61-680 Poznań www.promocja-w-gola.com.pl <i>Specjalizacja: projektowanie i budowa stoisk targowych</i>	
Targi Lublin S.A. ul. Dworcowa 11, 20-406 Lublin www.targi.lublin.pl <i>Specjalizacja: organizacja targów w Polsce, zarządzanie obiektem targowo-konferencyjnym,</i>	
Targi w Krakowie sp. z o.o. ul. Centralna 41A, 31-586 Kraków www.targi.krakow.pl <i>Specjalizacja: organizacja targów w Polsce, zarządzanie obiektem targowo-konferencyjnym</i>	
Transmeble International sp. z o.o. P-rstwo Międzynarodowej Spedycji Targowej ul. Łacina 1, 61-132 Poznań www.transmeble.com.pl <i>Specjalizacja: transport i spedycja targowa</i>	
Warszawskie Centrum EXPO XXI sp. z o. o. ul. Prądzyńskiego 12/14, 01-222 Warszawa www.expoxxi.pl <i>Specjalizacja: zarządzanie obiektem targowo-konferencyjnym</i>	
World Expo International sp. z o.o. ul. Fordońska 246, 85-766 Bydgoszcz www.world-expo.com.pl <i>Specjalizacja: organizacja wystąpień na targach zagranicznych</i>	
Targi Biżuterii i Zegarków ZŁOTO SREBRO CZAS organizator: Międzynarodowe Centrum Targowe sp. z o.o. ul. Finlandzka 10, 03-903 Warszawa www.zlotosrebroczas.com	
Międzynarodowe Energetyczne Targi Bielskie ENERGETAB organizator: ZIAD Bielsko-Biała S.A. Al. Armii Krajowej 220, 43-316 Bielsko-Biała www.ziad.bielsko.pl	

Członkowie Polskiej Izby Przemysłu Targowego

Members of Polish Chamber of Exhibition Industry

Organizatorzy targów / Exhibition Organizers

	Centrum Targowe FairExpo Sp. z o.o. ul. Bytkowska 1B, 40-955 Katowice tel. +48 32 72 81 558 fax +48 32 60 12 592 info@fairexpo.pl www.fairexpo.pl		Międzynarodowe Targi Szczecińskie sp. z o.o. ul. Struga 6-8, 70-777 Szczecin tel. +48 91 464 44 01 fax +48 91 464 44 02 office@mts.pl www.mts.pl
	EXPO ARENA S.A. ul. Grunwaldzka 55, 14-100 Ostróda tel. +48 89 506 58 00 tel. +48 89 647 78 77 sekretariat@arenaostroda.pl www.arenaostroda.com		Polska Technika Górnicza S.A. ul. Korfantego 35, 40-005 Katowice tel. +48 32 353 70 23 fax +48 32 353 55 60 ptg@ptg.info.pl www.ptg.info.pl
	easyFairs Poland sp. z o.o. ul. Galicyjska 9, 31-586 Kraków tel. +48 12 651 95 20 fax +48 12 651 95 22 poland@easyfairs.com www.easyfairs.com		Targi Bydgoskie Sawo sp. z o.o. ul. Dworcowa 81, 85-009 Bydgoszcz tel. +48 52 581 10 09 info@sawo.pl www.sawo.pl
	Exactus Anna Deja-Berduła, Ewa Mastalerz, Marek Wiktorowski sp.j. al. Kościuszki 17, lp., 90-418 Łódź tel. +48 42 632 28 66 fax +48 42 632 28 59 info@exactus.pl www.exactus.pl		Targi Lublin S. A. ul. Dworcowa 11, 20-406 Lublin tel. +48 81 458 15 11 fax +48 81 458 15 02 info@targi.lublin.pl www.targi.lublin.pl
	Geoservice-Christi sp. z o.o. ul. Piłsudskiego 41/7, 50-032 Wrocław tel. +48 71 343 21 04 fax +48 71 372 44 19 info@geoservice.pl www.geoservice.pl		Targi Toruńskie sp. z o.o. ul. Szosa Chełmińska 27, 87-100 Toruń tel. +48 56 658 20 90 fax +48 56 658 20 99 biuro@targitorunskie.pl www.targitorunskie.pl
	Interservis sp. z o.o. ul. Stefanowskiego 24, 90-537 Łódź tel. +48 42 637 12 15, +48 42 637 1359 fax +48 42 639 79 80 biuro@interservis.pl www.interservis.pl		Targi w Krakowie sp. z o.o. ul. Galicyjska 9, 31-586 Kraków tel. +48 12 644 59 32 fax +48 12 644 61 41 biuro@targi.krakow.pl www.targi.krakow.pl
	Maxpol sp. z o.o. Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe ul. Hoża 86, 00-682 Warszawa tel. +48 22 628 06 21 fax +48 22 621 03 73 maxpol@maxpol-targi.com.pl www.maxpol-targi.com.pl		Yacht-Expo sp. z o.o. ul. Dęblińska 6, 04-187 Warszawa tel. +48 22 829 66 80 fax +48 22 829 66 81 targi@wiatr-woda.pl www.wiatr-woda.pl
	Międzynarodowe Centrum Targowe sp. z o.o. ul. Finlandzka 10, 03-903 Warszawa tel. +48 22 617 41 91, fax +48 22 616 04 64 mct@mct.com.pl www.mct.com.pl		Zarząd Targów Warszawskich S.A. ul. Puławska 12a, 02-566 Warszawa tel. +48 22 849 60 06 fax +48 22 849 35 84 ztw@ztw.pl www.ztw.pl
	Międzynarodowe Targi Gdańskie S.A. ul. Żaglowa 11, 80-560 Gdańsk tel. +48 58 554 92 00 fax +48 58 552 21 68 sekretariat@mtgsa.com.pl www.mtgsa.com.pl		ZIAD Bielsko-Biała S.A. al. Armii Krajowej 220, 43-316 Bielsko-Biała tel. +48 33 813 82 40 fax +48 33 814 22 31 sekretariat@ziad.bielsko.pl www.ziad.bielsko.pl
	Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o. ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań tel. +48 61 869 20 00 fax +48 61 869 29 99 info@mtp.pl www.mtp.pl		

Operatorzy obiektów targowych
/ Exhibition Venues Operators

	Centrum Wystawienniczo-Kongresowe w Opolu ul. Wrocławska, 45-835 Opole tel. +48 77 44 61 680 fax +48 77 44 61 681 info@cwkopole.pl www.cwkopole.pl
	EXPO ARENA S.A. ul. Grunwaldzka 55, 14-100 Ostróda tel. +48 89 506 58 00 tel. +48 89 647 78 77 sekretariat@arenaostroda.pl www.arenaostroda.com
	EXPO-ŁÓDŹ sp. z o.o. al. Politechniki 4, 93-590 Łódź tel. +48 42 636 29 83 fax +48 42 637 29 35 info@expo-lodz.pl www.expo-lodz.pl
	Międzynarodowe Targi Gdańskie S.A. ul. Żaglowa 11, 80-560 Gdańsk tel. +48 58 554 92 00 fax +48 58/ 552 21 68 sekretariat@mtgsa.com.pl www.mtgsa.com.pl
	Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o. ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań tel. +48 61 869 20 00 fax +48 61 869 29 99 info@mtp.pl www.mtp.pl
	Międzynarodowe Targi Szczecińskie sp. z o.o. ul. Struga 6-8, 70-777 Szczecin tel. +48 91 464 44 01 fax +48 91 464 44 02 office@mts.pl www.mts.pl
	Targi Lublin S. A. ul. Dworcowa 11, 20-406 Lublin tel. +48 81 458 15 11 fax +48 81 458 15 02 info@targi.lublin.pl www.targi.lublin.pl
	Targi Toruńskie sp. z o.o. ul. Szosa Chełmińska 27, 87-100 Toruń tel. +48 56 658 20 90 fax +48 56 658 20 99 biuro@targitorunskie.pl www.targitorunskie.pl
	Targi w Krakowie sp. z o.o. ul. Galicyjska 9, 31-586 Kraków tel. +48 12 644 59 32 fax +48 12 644 61 41 biuro@targi.krakow.pl www.targi.krakow.pl
	Warszawskie Centrum EXPO XXI sp. z o.o. ul. Prądzyńskiego 12/14, 01-222 Warszawa tel. +48 22 256 71 00 fax +48 22 256 71 10 sales@expoxi.pl www.expoxi.pl

Przedstawicielstwa targów zagranicznych
/ Representatives of Foreign Exhibition Organizers

	A.S. Messe Consulting Sp. z o.o. ul. Kazachska 1/57, 02-999 Warszawa tel. +48 22 855 24 90 fax +48 22 855 47 88 biuro@as-messe.pl, promocja@as-messe.pl www.as-messe.pl
	Targi Lipskie Polska sp. z o.o. Atelier Residence, ul. Bagno 2 lok. 112, 00-112 Warszawa tel. +48 22 414 44 71 fax +48 22 414 44 73 info@targilipskie.pl www.targilipskie.pl

Organizatorzy wystąpień polskich wystawców
w targach za granicą
/ Organizers of Participation of Polish Companies
in Exhibitions Abroad

	Eltar Tęsa Elżbieta ul. Garibaldiiego 4, lok. 18a, 04-078 Warszawa tel. +48 22 617 25 55 fax +48 22 617 33 23 biuro@eltar-targi.com.pl www.eltar-targi.com.pl
	PPH MAXPOL Sp. z o.o. ul. Puławska 479, 02-844 Warszawa +48(22) 628 06 21, +48(22) 625 14 08 +48(22) 629 96 21 maxpol@maxpol-targi.com.pl www.maxpol-targi.com.pl
	Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o. ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań tel. +48 61 869 20 00 fax +48 61 869 29 99 info@mtp.pl www.mtp.pl
	Targi Bydgoskie Sawo sp. z o.o. ul. Dworcowa 81, 85-009 Bydgoszcz tel. +48 52 581 10 09 info@sawo.pl www.sawo.pl
	World Expo International sp. z o.o. ul. Fordońska 246, 85-766 Bydgoszcz tel. +48 52 321 69 10 fax +48 52 321 69 05 office@world-expo.com.pl www.world-expo.com.pl

Projektowanie, budowa, wyposażanie stoisk
/ Stand Design, Construction and Furnishings

	A-Z Zdzisław Filipiak Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe sp. z o.o. ul. Poprzeczna 3, 62-005 Owińska tel. +48 61 875 26 72 fax +48 61 875 26 72 office@a-z.com.pl www.a-z.com.pl
	Abisal sp. z o.o. ul. Strzałkowskiego 26/6a, 60-855 Poznań tel./fax +48 61 848 36 45 tel./fax +48 61 848 10 90 biuro@abisal.com.pl www.abisal.com.pl

	AMAKO EXPO s.c. ul. Gdńska 19-21, 31-323 Kraków tel: +48 12 416 78 13 fax + 48 12 416 78 18 expo@grupamako.pl www.amakoexpo.pl		Hermes Studio Expo Krzysztof Boczkowski ul. Hawelańska 1, 60-625 Poznań tel. +48 61 087 43 45 tel. +48 601 73 67 81 biuro@hermes.poznan.pl www.hermes.poznan.pl
	Abyss s.c. Małgorzata i Krzysztof Szofer ul. Sadnicka 19, 60-187 Poznań tel. +48 61 868 23 52 fax +48 61 868 2714 biuro@abyss.pl www.abysss.pl		Inexpo – Poznańska Agencja Targowa Jan Lisiak, Piotr Wojewodziec s.j. ul. Berlinga 9, 63-000 Środa Wlkp. Biuro Obsługi Klienta ul. Śniadeckich 3/4, 60-773 Poznań tel./fax +48 61 865 80 43 / 44 targi@inexpo.com.pl www.inexpo.pl
	Antares Studio & Grupa ul. Rzgowska 102, lok. 32, 93-153 Łódź tel. +48 42 682 25 32 fax +48 42 682 43 12 biuro@stoiskatargowe.pl www.stoiskatargowe.pl		Inter-Mark Group sp. z o.o. sp. komandytowa ul. Przybyszewskiego 45/7, 60-356 Poznań tel. +48 61 816 82 48 +48 61 816 82 40 biuro@intermark.com.pl www.intermark.com.pl
	Architect R.Ch. Design ul. Trzebiatowska 47, 60-432 Poznań tel. +48 61 848 89 91 tel./fax +48 61 848 88 51 biuro@rchdesign.pl www.rchdesign.com.pl		Jmt Polska sp. z o.o. ul. Fabianowska 151/153, 62-052 Komorniki k. Poznania tel. +48 61 864 35 87 fax +48 61 840 82 18 jmt@jmt.poznan.pl www.jmt.poznan.pl
	Deko-Bau sp. z o.o. ul. Ścinawska 1, 59-300 Lubin tel +48 76 844 20 20 fax +48 76 844 20 2 dekobau@dekobau.pl www.dekobau.pl		Labuda Design – Anna Labuda ul. Szparagowa 23, 62-081 Wysogotowo k. Poznania tel. +48 61 814 85 27 tel./fax +48 61 652 52 80 biuro@labuda.com.pl www.labuda.com.pl
	ELSTAR sp.j. Robert Gloger, Stanisław Szymański ul. Dworska 12/10, 61-619 Poznań tel. +48 61 826 82 93 fax +48 61 826 83 18 info@elstar.poznan.pl www.elstar.poznan.pl		Littera – Iwona Pecko ul. Podwale Przedmiejskie 24/21, 80-824 Gdańsk tel. +48 58 307 56 70, 71 fax +48 58 307 56 71 littera.biuro@use.pl, littera@use.pl www.littera.com.pl
	Expo Linia sp. z o.o. ul. Przemysłowa 3 64-320 Buk k/Poznania tel./fax +48 61 813 12 24 tel./fax +48 61 819 06 99 backoffice@expolinia.pl www.expolinia.pl		Mad-Expo sp. z o.o. ul. Parkowa 3/1, 60-775 Poznań tel. +48 61 866 26 10 fax +48 61 865 75 12 biuro@madexpo.com.pl www.madexpo.com.pl
	EXPO STYL Usługi Projektowe i Wystawiennicze Andrzej Janusz ul. Ksiezykowa 9, 05-830 Nadarzyn tel.: + 48 22 855 42 96 fax: + 48 22 855 43 00 biuro@expostyl.com www.expostyl.com		MAXPOL sp. z o.o. Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe ul. Hoża 86, 00-682 Warszawa tel. +48 22 628 06 21 fax +48 22 621 0373 maxpol@maxpol-targi.com.pl www.maxpol-targi.com.pl
	Extend Vision sp. z o.o. ul. Kamienna 43, 31-403 Kraków tel./fax +48 12 415 51 11 tel. +48 601 42 00 56 biuro@extendvision.pl www.wystawa.pl www.extendvision.pl		Meliński Minuth sp. z o.o. ul. Obornicka 253A, B, 60-693 Poznań tel. +48 61 842 92 83 fax +48 61 842 92 52 biuro@melinski-minuth.com.pl www.melinski-minuth.com.pl
	Fairtex-Design Agencja Usług Targowych ul. Porzeczkowa 39, 61-306 Poznań tel. + 48 604 22 77 00 tel. + 48 61 870 55 21 biuro@fairtex.com.pl www.fairtex.com.pl		Messe-Projekt s.c. P. Szczepaniak & R. Molewski ul. Fryderyka Chopina 15A, 62-030 Luboń k/Poznania tel./fax +48 61 813 17 56 biuro@messeprojekt.pl www.messeprojekt.pl

	Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o. ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań tel. +48 61 869 20 00 fax +48 61 869 29 99 info@mtp.pl www.mtp.pl	 Kompleksowa Zabudowa Stoisk Targowych	Tecon Service Kompleksowa Zabudowa Stoisk Targowych ul. Bukowska 17, 62-070 Dąbrowa k. Poznania tel. +48 61 865 69 09 tel./fax +48 61 865 82 28 biuro@tecon.poznan.pl www.tecon.poznan.pl
	OCTANORM Polska Sp. z o.o. ul. Lubelska 42, 05-077 Warszawa tel. +48 22 773 03 50 fax +48 22 773 03 51 info@octanorm.pl www.octanorm.pl		Tomex Wielobranżowe Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe ul. Słoneczna 17, 86-031 Osielsko k. Bydgoszczy tel. +48 52 381 39 46 fax +48 52 381 39 37 biuro@tomex.pl www.tomex.pl
	Partner Zenon Żurek ul. Bobrownicka 1c, 61-306 Poznań tel./fax +48 61 870 51 23 tel./fax +48 61 872 60 11 partner@partner.targi.pl www.partner.targi.pl		VON HAGEN POLSKA sp. z o.o. ul. Chmielna 5/7, 00-021 Warszawa tel./fax +49 5235 9525 50 polska@vonhagen.net info@vonhagen.pl www.vonhagen.net/pl
	Polexpo Exhibitions sp. z o.o. ul. Słoneczna 26, 05-816 Michałowice tel. +48 22 326 63 00 fax +48 22 326 63 16 biuro@polexpo.pl www.polexpo.pl		WMG Studio Magdalena Gyurkovich tel. +48 602 628 123 fax +48 61 825 08 64 pracownia@wmgstudio.pl
	Pracownia Sztuk Plastycznych sp. z o.o. ul. Rzymska 13/19, 03-976 Warszawa tel. +48 22 617 41 91 fax +48 22 617 41 91 w. 102 psp@psp.com.pl www.psp.com.pl	Transport i spedycja targowa / Exhibition Transport and Forwarding	
	Probudex Przedsiębiorstwo Produkcyjno- Handlowo-Usługowe sp. z o.o. ul. Mazowiecka 68a/67, 30-019 Kraków BOK: ul. Vetulaniego 1a, 31-227 Kraków tel. +48 12 415 69 35 fax +48 12 415 68 53 biuro@probudex.pl www.probudex.pl		Anneberg Transpol Int. sp. z o.o. ul. Trasa Północna 1, 65-119 Zielona Góra tel. +48 68 328 88 00 fax +48 68 328 88 11 anne@anneberg.com.pl www.anneberg.com.pl
	Promocja s.c. W. Gola, B. Gola Przedsiębiorstwo Organizacji Wystaw i Obsługi Targów ul. Tatarakowa 4, 61-680 Poznań BOK: ul. Śniadeckich 11/2, 60-773 Poznań tel. +48 61 866 50 58 fax +48 61 865 80 47 info@promocja-w-gola.com.pl www.promocja-w-gola.com.pl		C. Hartwig Gdynia S.A. Aleje Jerozolimskie 212A, 02 - 468 Warszawa tel. +48 22 873 0260 fax +48 22 873 0010 expo@chg.pl www.chg.pl
	Simpex Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe Sławomir Jezierski ul. Nowowiejskiego 7, 61-731 Poznań tel./fax +48 61 852 55 94 tel. +48 601 267 740 simpex@simpextargi.pl www.simpextargi.pl		Exposped sp. z o.o. ul. Prądyńskiego 12/14, 01-222 Warszawa tel. +48 22 256 71 72 fax +48 22 256 71 71 exposped@exposped.com.pl www.exposped.com.pl
	SQM sp. z o.o. sp.k. ul. Wąska 33, 62-052 Komorniki k/Poznania tel. +48 61 666 11 84 fax +48 61 661 58 32 rental@sqm.pl www.sqm.pl		Hansa Messe Speed sp. z o.o. ul. Marcelesińska 92/94 lok.324, 60-324 Poznań tel. +48 61 662 44 20 fax +48 61 662 44 56 info@hansa-messe-speed.com.pl www.hansa-messe-speed.com.pl
	Targo-Rent Kompleksowe Zabudowy Stoisk Targowych Gądko ul. Leśna 7, 62-023 Robakowo k. Poznania tel./fax +48 61 819 83 44 tel./fax +48 61 898 05 33 biuro@targorent.pl www.targorent.pl		Ruger Expo sp. z o.o. ul. Woszczerowicza 25, 40-749 Katowice tel. +48 32 223 59 70 tel. +48 503 05 79 06 pl.info@rugerexpo.com www.rugerexpo.com
			Transmeble International sp. z o.o. Przedsiębiorstwo Międzynarodowej Spedycji Targowej ul. Marii Konopnickiej 19/2, 60-771 Poznań tel. +48 61 865 68 01 fax +48 61 865 68 07 office@transmeble.com.pl www.transmeble.com.pl
			netlog Polska Sp. z o.o. ul. Prądyńskiego 12/14 01-222 Warszawa tel. +48 22 256 70 52 fax +48 22 256 70 88 netlog@netlog.org.pl www.netlog.de/pl

	Universal Express GROUP ul. Szyszkowa 35/37, 02-285 Warszawa tel. + 48 22 878 35 00 fax + 48 22 878 35 01 office@uex.pl www.universalexpress.pl		Izba Gospodarcza „Grono Targowe Kielce” ul. Zakładowa 1, 25-672 Kielce tel.+48 504 24 00 32 fax +48 41 345 25 87 www.gronotargowe.pl
Pozostałe usługi targowe: media, konsulting, gastronomia			
	Aktualności Wydawnictwo Targowe Maciej Przybylski ul. Armii Krajowej 85/26, 61-379 Poznań tel. +48 61 664 70 00 fax +48 61 664 70 01 aktualnosci@aktualnosci.pl, www.aktualnosci.pl		Media-Expo Wawrzyniec Wierzejewski ul. Gwiaździsta 37, 62-020 Swarzędz k. Poznania tel. +48 501 736 199 info@media-expo.pl www.media-expo.pl
	BCS Software S.A. ul. Sienna 86/86, 00-815 Warszawa tel +48 22 866 38 88 biuro@bcs.com.pl www.exposupport.pl		

Członkowie Honorowi Polskiej Izby Przemysłu Targowego Honorary Members of Polish Chamber of Exhibition Industry

 Prof. Manfred Busche (Niemcy)	 Alojzy Kuca	 Mieczysław Kowalikowski
 Karoly Nagy (Węgry)	 Dariusz Stolecki	 Włodzimierz Kubiak
 dr. Wojciech Hellwing	 prof. zw. Witold Gyurkovich	 prof. nzw. dr hab. inż. Maciej Kysiak
 arch. Tadeusz Piątek	 arch. Ryszard Grajewski	 dr. Małgorzata Legiędz-Gałoszka
 Kazimierz Galicki	 Jacek Serkuczewski	 Kazimierz Marcinkowski

Władze Polskiej Izby Przemysłu Targowego

Polish Chamber of Exhibition Industry Decision – Making Bodies

Rada / Board



**dr Andrzej
Byrt**

Prezes Rady PIPT / President of the Board



**Żaneta
Berus**

Wiceprezes Rady PIPT / Vice-President



**Adam
Gabrysiak**

Wiceprezes Rady PIPT / Vice-President



**Andrzej
Meliński**

Wiceprezes Rady PIPT / Vice-President



**dr Maciej
Glamowski**

Członek Rady PIPT / Member



**Beata
Gorajek**

Członek Rady PIPT / Member

* do I 2014



**Roman
Obst**

Członek Rady PIPT / Member



**Małgorzata
Rytel**

Członek Rady PIPT / Member



**Marek
Wiktorowski**

Członek Rady PIPT / Member

Komisja Rewizyjna / Scrutiny Committee



**Agnieszka
Strzelczyk-
Walczak**

Przewodnicząca KR PIPT / Chairperson



**Andrzej
Bobiński**

Wiceprzewodniczący KR PIPT / Deputy Chairperson



**Jan
Lisiak**

Sekretarz KR PIPT / Secretary



**Marek
Dobiszewski**

Członek KR PIPT / Member



**Krzysztof
Rafał Galimski**

Członek KR PIPT / Member



**Ryszard
Migdalski**

Członek KR PIPT / Member

Biuro / Head Office



**Marzenna
Łukaszewicz**

Dyrektor Biura PIPT / Executive Director



**Halina
Trawa**

**Zastępca Dyrektora Biura PIPT
/ Deputy Executive Director**



**Jan
Studencki**

**Koordynator ds. Promocji PIPT
/ Promotion Coordinator**

Gala Jubileuszu 20-lecia



The 20th Anniversary Gala



Rola targów w rozwoju gospodarczym

The Role of Exhibitions in the Economic Development

Polska Izba Przemysłu Targowego jako członek międzynarodowej społeczności targowej, wieloletni członek UFI – Światowego Stowarzyszenia Przemysłu Targowego oraz członek i współzałożyciel EEIA - Europejskiego Porozumienia Przemysłu Targowego, pragnie zwrócić uwagę wszystkich interesariuszy, na to że:

Polish Chamber of Exhibition Industry, being a member of the international exhibition community, a long-standing member of UFI - the International Association of the Exhibition Industry, and a member of EEIA – the European Exhibition Industry Alliance, wishes to draw the attention of all the stakeholders to the fact that:

Targi wspierają rozwój handlu i są instrumentem internacjonalizacji przedsiębiorstw

- wysokiej klasy targi w Europie, w tym targi w Polsce, organizowane w profesjonalnych centrach targowych, przez profesjonalnych organizatorów, w bliskiej współpracy z poszczególnymi sektorami przemysłu oraz społecznością biznesową je reprezentującą, wspierają internacjonalizację wielu europejskich branż przemysłowych, zarówno w obrębie europejskiego rynku wewnętrznego, jak i na rynkach rozwijających się na całym świecie. Dzięki udziałowi w jednym z wybranych targach, europejskie przedsiębiorstwa mają dostęp do całej światowej oferty w danej branży.

Targi są najskuteczniejszym instrumentem marketingu, szczególnie dla małych i średnich przedsiębiorstw

- targi stwarzają maksymalne możliwości dostępu do oferty w danej branży, gromadząc wielu ludzi w jednym miejscu, w określonym przedziale czasowym i generując dużą liczbę kontaktów i kontraktów. Kontakty twarzą w twarz rodzą zaufanie pomiędzy partnerami biznesowymi. Targi ułatwiają wymianę wiedzy i współpracę, prowadząc do powstawania idei i projektów, które mogą odmienić sytuację lub tendencje w danej branży. Targi są opłacalne w porównaniu z innymi mediami, umożliwiając zdobycie pojedynczego kontaktu z klientem za rozsądną cenę, jednocześnie oferując wysoki poziom usług i wysokiej klasy zwiedzających na targach.

Targi pobudzają innowacyjność i konkurencyjność

- targi oferując skondensowany przegląd w zakresie innowacji, badań i rozwoju oraz trendów na rynku, a także skracając czas dotarcia do oferty rynkowej. Targi są płaszczyzną dyskusji na temat rozwoju gospodarczego i społecznego oraz badań i wymiany nowych pomysłów, ponad granicami państw i kultur. Targi w Europie generują wartości w postaci rosnącej liczby małych i średnich przedsiębiorstw, które działają w kierunku osiągnięcia sukcesu i korzyści na rynkach większego wzrostu, poza Europą. To właśnie dostęp do nowych rynków w obrębie samej Unii Europejskiej jak i poza nią kreuje większe przychody z działalności gospodarczej oraz wzrost gospodarczy.

Targi wspierają wzrost gospodarczy i generują znaczące korzyści społeczno - gospodarcze

- targi przyczyniają się do wzrostu produktywności, powstawania nowych miejsc pracy, rozwoju gospodarczego i infrastrukturalnego - zarówno na poziomie regionalnym jak i kraju.

Targi są zrównoważonym sposobem prowadzenia biznesu.

Exhibitions support the development of trade and internationalization of enterprises

- high quality exhibitions in Europe, including the exhibitions in Poland, organized in professional exhibition venues by the industry professionals in close cooperation with individual industry sectors and the business community representing them, support internationalization of many European industry sectors both inside the internal European market and on the developing markets around the world. Thanks to the participation in selected exhibitions, European enterprises gain access to the global offer of a particular sector.

Exhibitions are the most effective instrument of marketing, especially for small and medium enterprises

- exhibitions create maximum opportunities to reach the offer of a particular sector in one place, in a specific time frame, gathering many people in one place and generating a high number of leads and contracts. Face-to-face contacts build trust between business partners. Exhibitions facilitate exchange of knowledge and cooperation, which leads to creating ideas and projects, which can completely change the situation or tendencies in a particular sector. Exhibitions are profitable and cost effective in comparison with other media and they allow for gaining an individual contact with a customer for an affordable price while offering the high level of services and high-class visitors at exhibitions.

Exhibitions stimulate innovativeness and competitiveness

- exhibitions offer a condensed overview of innovation, research, development and trends on the market while simultaneously shortening the time of reaching the market offer. Exhibitions are platforms of discussion on the economic and social development, as well as on research and exchanging new ideas, above the national and cultural borders. Exhibitions in Europe, including exhibitions in Poland, generate values in the form of the constantly growing number of small and medium enterprises which work in order to achieve success and benefits on the high-growth markets outside Europe. The access to the new markets inside the European Union and beyond generates more revenue for a business activity and the economic growth.

Exhibitions support the economic growth and generate significant social and economic benefits

- exhibitions support the growth of productivity, create new workplaces, and boost economic and infrastructure development, at the regional and country level.

Exhibitions are a sustainable method of conducting business.

W maju 2013 r. PIPT zleciła Centrum Ekspertyz Gospodarczych Fundacji Akademii Ekonomicznej w Poznaniu wykonanie podsumowania badania oddziaływania targów na gospodarkę kraju, zrealizowanego przez PIPT i CEG FAE w latach 2008-2009. W efekcie podjętej ponownie współpracy powstało opracowanie pt. „Wpływ przemysłu targowego w Polsce na gospodarkę – synteza” (www.polfair.pl). Wykorzystanie zawartości publikacji (wyników badań) w działaniach promocyjnych i lobbujących ma na celu uświadczenie o sile pozytywnego wpływu targów na gospodarkę miast i regionów kraju i poprawę kontaktów między podmiotami działającymi w branży targowej a otaczającymi ją interesariuszami.

Celem promocji działań promocyjnych PIPT za granicą oraz wsparcia międzynarodowych działań lobbujących na rzecz przemysłu targowego prowadzonych przez UFI – Światowe Stowarzyszenie Przemysłu Targowego z siedzibą w Paryżu, publikacja została przekazana do analizy zagranicznych ekspertów. Unikatowy charakter opracowania, a także interesująca, zdaniem ekspertów, metodologia badań, uzyskały wysoką ocenę, w wyniku czego PIPT otrzymała propozycję włączenia efektów prac do Raportu UFI, mającego pełnić ważną pomoc w działalności lobbującej na rzecz przemysłu targowego w Unii Europejskiej.

In May 2013 PCEI commissioned Centrum Ekspertyz Gospodarczych Fundacji Akademii Ekonomicznej w Poznaniu to summarize the study on the impact of exhibitions on the state economy conducted by PCEI and CEG FAE in 2008-2009. The result of the reopened cooperation was the paper „The Impact of the Exhibition Industry - a synthesis” (www.polfair.pl). Using the content of the publication (research findings) in promotional and lobbying activities aims at increasing the awareness of the positive influence of exhibitions on the economies of cities, regions and the country, and improving the relations between the businesses operating on the exhibition market and their stakeholders.

With the aim of promoting the promotional actions conducted by PCEI abroad, and the supporting international lobbying activities for the benefit of the exhibition industry conducted by UFI - the Global Association of the Exhibition Industry - located in Paris, the publication was provided for the analysis of foreign experts. The unique character of this publication and the interesting, in the opinions of the experts, methodology of the research, was highly ranked and, consequently, PCEI was offered to include the research findings in the UFI Report which will play a significant role in lobbying activities for the benefit of the exhibition industry in the European Union.



Polska Izba
Przemysłu
Targowego

TARGI POBUDZAJĄ INNOWACYJNOŚĆ I KONKURENCYJNOŚĆ

ORAZ GENERUJĄ ZNACZĄCE EFEKTY GOSPODARCZE I SPOŁECZNE

1 JEDYNA
ogólnopolska organizacja
zrzeszająca liderów
rynku targowego

73 czołowych
przedsiębiorstw
branży targowej

Ponad
200
TARGÓW
W POLSCE

w 55 branżach
z certyfikatem CENTREX
Międzynarodowego
Związku Statystyk
Targowych

4 Nowoczesne obiekty
targowo – konferencyjne

Ponad **100**
targów za granicą,
w 30 państwach i 24 branżach
z udziałem polskich wystawców

1 200 000 zwiedzających
28 000 wystawców
na **750 000 m²**
powierzchni targowej

Polska Izba Przemysłu Targowego
www.polfair.pl

