



Polska Izba  
Przemysłu  
Targowego

RAPORT POLSKIEJ IZBY PRZEMYSŁU TARGOWEGO

# Targi w Polsce w 2022 roku

[www.polfair.pl](http://www.polfair.pl)

# RAPORT

## Targi w Polsce w 2022 roku



Polska Izba  
Przemysłu  
Targowego

Raport Polskiej Izby Przemysłu Targowego Targi w Polsce w 2022 roku

Wydawca: Polska Izba Przemysłu Targowego ul. Bukowska 23, 60-810 Poznań  
[www.polfair.pl](http://www.polfair.pl)

Redaktor naczelna: Beata Kozyra

Redaktor techniczny: Aleksandra Wardach

Zespół redakcyjny: Marzenna Łukaszewicz, Jan Studencki

© Polska Izba Przemysłu Targowego, Poznań 2023

*Drodzy Państwo, Szanowni Czytelnicy!*

Jako Prezes Rady Polskiej Izby Przemysłu Targowego mam zaszczyt i ogromną przyjemność wprowadzić Państwa w lekturę naszego corocznego Raportu na temat kondycji branży targowej. Ten rok jest dla nas wyjątkowy – obchodzimy bowiem 30-lecie polskiego samorządu targowego, który powstał w 1993 roku jako Polska Korporacja Targowa, a następnie w 2006 roku przekształcił się w dzisiejszą Polską Izbę Przemysłu Targowego. Jubileusz stanowi idealną okazję do refleksji nad tym, co za nami, co udało nam się osiągnąć i z jakimi wyzwaniami przyjdzie nam się w najbliższym czasie zmierzyć.

Przez ostatnie trzy dekady, byliśmy świadkami niezwykłych zmian w branży targowej. Pamiętamy, jak zaczynaliśmy w czasach, kiedy Internet był raczej ciekawostką niż narzędziem codziennego użytku, a dzisiaj mamy do czynienia z dynamicznym rozwojem technologii cyfrowych, które odmieniają sposób, w jaki organizujemy i doświadczamy targów.

Trudno jest pominąć również kryzysy, z jakimi przyszło nam się zmierzyć w ostatnich latach, szczególnie w obliczu pandemii COVID-19. Ta nieoczekiwana sytuacja postawiła nas wszystkich – organizatorów, operatorów obiektów targowych, firmy projektujące i budujące stoiska targowe oraz firmy świadczące inne usługi na rzecz targów, a także wystawców i odwiedzających – przed nowymi wyzwaniami. Jednak nawet w tych trudnych okolicznościach branża targowa pokazała niezwykłą odporność i zdolność do adaptacji, determinację i kreatywność.

Tegoroczny Raport to więcej niż zbiór danych i statystyk. To historia Izby i branży, napisana przez ludzi, którzy na co dzień tworzą ją poprzez swoją pracę, idee i niezłomne dążenie celu. To spojrzenie w przód na wyzwania, przed którymi stoi nasza branża, ale także okazja do spojrzenia wstecz, na drogę, którą przeszliśmy razem, od początku działalności Korporacji i Izby.

Dzisiaj, kiedy obchodzimy trzydzieste urodziny Izby, chciałbym podziękować wszystkim, którzy przyczynili się do jej rozwoju. To dzięki Państwu – naszym Członkom, Partnerom, Pracownikom — możemy cieszyć się z jej osiągnięć i patrzeć w przyszłość z optymizmem.

Zapraszam do lektury Raportu, który jest nie tylko bilansem minionego roku, ale także wyrazem uznania dla branży, a przede wszystkim dla ludzi, którzy na co dzień ją tworzą. Mam nadzieję, że znajdziecie w nim Państwo inspirację i wiedzę, które pozwolą nam razem dalej rozwijać branżę targową.

Z wyrazami szacunku



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

*Szanowni Państwo*

z wielką radością i dumą pragnę serdecznie zaprosić Państwa do lektury niniejszej publikacji, która powstała z okazji jubileuszu 30-lecia istnienia Polskiej Izby Przemysłu Targowego.

To wyjątkowe święto świadczące o trwałości oraz niezmiennym zaangażowaniu organizacji w rozwój polskiego przemysłu targowego. Prezentowana przez Was umiejętność dostosowywania się do dynamicznie zmieniających się trendów i potrzeb rynku jest godna podziwu. Przez trzy dekady Polska Izba Przemysłu Targowego była nie tylko reprezentantem, ale także niezastąpionym wsparciem dla polskich firm działających w branży targowej. Wasza rola jako organizatorów targów, operatorów obiektów targowych, firm projektujących i budujących stoiska targowe, dostawców usług transportowych oraz innych usług związanych z targami, jest kluczowa dla rozwoju tego sektora w Polsce.

Wasza działalność przyczynia się nie tylko do wzrostu biznesów, ale również do promocji Polski jako atrakcyjnego miejsca do organizacji wydarzeń targowych o międzynarodowym znaczeniu.

To sprawia, że polskie przedsiębiorstwa mają okazję prezentować swoje produkty i usługi na światowej scenie, nawiązywać cenne kontakty zagraniczne oraz rozwijać się na globalnym rynku.

Obecnie w Polsce funkcjonuje 16 obiektów targowych o łącznej powierzchni 415,05 m<sup>2</sup>, co plasuje nas na 11 miejscu w Europie i 18 na świecie pod względem powierzchni wystawienniczej. Dodając do powyższego kryterium jakość i wagę organizowanych targów, Polska zalicza się do czołówki krajów „targowych” w Europie będąc największym i najsilniejszym ośrodkiem targowym w Europie Środkowo-Wschodniej.

Dziś wraz z zespołem Poland Convention Bureau POT chcę podziękować Wam za 30 lat pełnych zaangażowania i ciężkiej pracy. Życzymy Wam dalszych sukcesów, nieustającego zapału do działania, a kolejne lata niech przyniosą jeszcze więcej osiągnięć, inspiracji oraz wspólnych sukcesów.

Z wyrazami uznania i szacunku,



*Rafał Szmytke*  
Prezes  
Polskiej Organizacji Turystycznej

*Szanowni Koledzy i Członkowie Polskiej Izby Przemysłu Targowego,*

W imieniu UFI składam najserdeczniejsze gratulacje z okazji osiągnięcia ważnego kamienia milowego – 30. rocznicy! To niezwykle osiągnięcie jest świadectwem Waszego poświęcenia, pasji i niezachwianego zaangażowania w branżę targową w Polsce.

W ciągu ostatnich trzech dekad PIPT przoduje w promowaniu i napędzaniu pozytywnego postępu w polskiej branży targowej. Wysiłki PIPT na rzecz wspierania współpracy i promowania innowacji były godne pochwały, dzięki czemu Izba stała się szanowanym i zaufanym partnerem w branży na całym świecie.

Świętując osiągnięcia Izby, musimy zastanowić się nad zmieniającą się dynamiką naszego światowego rynku targowego i nad jego przyszłością. Musimy pozostać elastyczni, koncentrując się na naszych klientach podczas budowania doświadczeń i proaktywnie demonstrować zaangażowanie naszej branży w zrównoważony rozwój, co widać w m.in. zaangażowaniu Izby w globalną inicjatywę Net Zero Carbon Events oraz inwestować w przyszłe talenty, aby zapewnić, że nasza branża będzie się rozwijać, ewoluować i przekraczać granice w nadchodzących latach. Starajmy się osiągnąć to wszystko, wykorzystując narzędzia digitalizacji i danych.

Przyszłość światowego rynku targowego jest niewątpliwie dynamiczna i obiecująca, a Polska Izba Przemysłu Targowego jest dobrze przygotowana do wykorzystania tych szans. Wizja Izby, zaangażowanie i wiedza specjalistyczna będą nadal odgrywać kluczową rolę w kreowaniu wzrostu i innowacji w branży.

Jeszcze raz gratulujemy tego niezwykłego kamienia milowego! Oby kolejne 30 lat było wypełnione jeszcze większymi sukcesami, osiągnięciami i nieustannym przewodnictwem w branży targowej.

Najcieplejsze życzenia



*Kai Hattendorf*  
Dyrektor Zarządzający/CEO  
UFI

## SPIS TREŚCI

BRANŻA TARGOWA, NA PRZEKÓR PESYMIŃSTOM, WCIAŻ SIĘ ROZWIJA .....	7
TARGI W POLSCE 2012-2022* .....	8
ZNACZENIE AUDYTU STATYSTYK TARGOWYCH .....	10
Audyty statystyk targowych i rekomendacje PIPT .....	10
TARGI WCZORAJ, DZIŚ I JUTRO .....	12
Korzenie polskiego przemysłu targowego .....	12
Targi dzisiaj.....	13
Przyszłość. Jedyną pewną rzeczą jest zmiana. ....	14
30 LAT DZIAŁAŃ TARGOWEGO SAMORZĄDU .....	16
TARGI NA ŚCIEŻCE ZERO NETTO.....	20
EKONOMICZNY IMPAKT TARGÓW .....	23
Benefity dla gospodarki .....	23
Benefity dla regionów .....	24
Benefity dla biznesu .....	25
TARGI – DRZWI DO ROZWOJU BIZNESU .....	27
Targi w Polsce w 2022 roku – statystyki potwierdzone audytem Centrex .....	27
Organizatorzy targów w Polsce – członkowie PIPT w 2022 r.....	32
Organizatorzy wystąpień polskich wystawców w targach za granicą – Członkowie PIPT w 2022 r. ....	32
OBIEKTY TARGOWO-KONFERENCYJNE – MIEJSCE MA ZNACZENIE .....	33
Obiekty targowo-konferencyjne – Członkowie PIPT w 2022 r.....	34
STOISKA TARGOWE – POTĘGA WYRÓŻNIANIA SIĘ .....	38
Konkurs Ekspozycja Roku 2022 .....	39
Firm projektujące i budujące stoiska targowe – Członkowie PIPT w 2022 r.....	39
TRANSPORT I LOGISTYKA TARGOWA – PROFESJONALNY PRZEWÓZ EKSPONATÓW .....	41
Firmy spedycji targowej – Członkowie PIPT w 2022 r.....	41
USŁUGI NA RZECZ TARGÓW – POSTAW NA EKSPERTÓW.....	42
Firmy oferujące kompleksową usługę multimedialną oraz IT – Członkowie PIPT w 2022 r. ....	42
Firmy oferujące inne usługi na rzecz targów – Członkowie PIPT w 2022 r. ....	43
SŁOWNIK POJĘĆ BRANŻY TARGOWEJ .....	44
ZOSTAŃ CZŁONKIEM POLSKIEJ IZBY PRZEMYSŁU TARGOWEGO .....	45

# BRANŻA TARGOWA, NA PRZEKÓR PESYMIŃSTOM, WCIAŻ SIĘ ROZWIJA

*Szanowni Państwo, Drodzy Czytelnicy!*

Rok 2022 był krokiem milowym w kierunku odtworzenia poziomu z roku 2019, sprzed pandemii Covid-19. Liczba targów poddanych audytowi CENTREX – Międzynarodowemu Związkiowi Statystyk Targowych – wzrosła w 2022 r. w stosunku do roku 2021 o 59% i wyniosła 123. Stanowi to 65% wydarzeń, które miały miejsce w roku 2019. Wielkość wynajętej w 2022 r. powierzchni wystawienniczej stanowiła 71% stanu sprzed pandemii, a dynamika wzrostu w stosunku do roku 2021 wyniosła aż 73%. Frekwencja zarówno wystawców, jak i zwiedzających na targach po pandemii również wzrastała, jednak nieco wolniej. Liczba wystawców ogółem w roku 2022 to 55% liczby wystawców z roku 2019, ale o 49% więcej niż w 2021 r. Na zbliżonym poziomie oscylowała liczba wystawców zagranicznych – 52% w stosunku do roku 2019 i liczba zwiedzających – 57% poziomu sprzed pandemii.<sup>1</sup> Ich dynamika wzrostu w stosunku do roku 2021 również był na zbliżonym poziomie: 55% i 49%.

Dane zdecydowanie pokazują tendencję wzrostową, która – jak zakłada wiele polskich firm targowych – utrzyma się również w roku 2023. Duża część firm mówi nawet o wyrównaniu już w roku 2023 poziomu przychodów z 2019. Inne prognozują, że zabierze im to jeszcze ok. 1-2 lata.

Ciekawe jest zestawienie uzyskanych w 2022 r. i przewidywanych w 2023 przychodów światowej branży targowej w porównaniu z przychodami osiągniętymi w 2019 roku. Jak podaje w swoim corocznym Raporcie [30th UFI Global Barometer january 2023](#) UFI – Światowe Stowarzyszenie Przemysłu Targowego<sup>2</sup> – na całym świecie firmy targowe odnotowały znaczny wzrost obrotów w 2022 r., które stanowią 77% poziomu z 2019 r. W Polsce wielkość obrotów w roku 2022 w porównaniu do roku 2019 jest na zbliżonym poziomie, chociaż są organizatorzy targów, którzy przekroczyli już rubikon 2019 roku. Firmy światowej branży targowej przewidują, że przychody wzrosną nawet do 91% w pierwszej połowie 2023 r.

W Raporcie, obok informacji o branży targowej prezentowane są również dane statystyczne. Dane te są rzetelne i wiarygodne, zebrane podczas audytu statystyk targowych przeprowadzonych przez niezależnego audytora CENTREX i są autoryzowane przez Polską Izbę Przemysłu Targowego. W przypadku branży targowej dane statystyczne służą przede wszystkim do opisu branży i przedstawienia kluczowych informacji takich, jak: wielkość i struktura rynku targowego, liczba targów, liczba m<sup>2</sup> wynajętej powierzchni na targach, czy liczba wystawców oraz zwiedzających.

Informacje statystyczne przekazywane są rządowi, stosownym resortom oraz mediom. Znaczenie transparentnych statystyk targowych coraz bardziej rozumieją i doceniają również interesariusze targów. Firmy, które są przekonane o skuteczności udziału w targach i postrzegają je jako strategiczne narzędzie, w tym instrument marketingu i komunikacji biznesowej, mają możliwość dokonania wyboru najbardziej efektywnych imprez targowych dla rozwoju swoich biznesów. Wszystko to w oparciu o statystyki targowe.

Niniejszy Jubileuszowy Raport PIPT „Targi w Polsce w 2022 roku” jest wyjątkowy. Z okazji 30-lecia Polskiej Izby Przemysłu Targowego (wcześniej, do 2006 r. Polskiej Korporacji Targowej) w Raporcie pojawiły się również krótkie teksty o historii, najważniejszych wydarzeniach i sukcesach Izby oraz o targach wczoraj, dziś a przede wszystkim jutro. Sprawdźcie Państwo, jaka czeka nas przyszłość.

Zapraszam Państwa do lektury Raportu PIPT „Targi w Polsce w 2022 roku”, zaś Wystawcom i Zwiedzającym polecamy targi w Polsce organizowane przez Członków Izby oraz usługi firm targowych zrzeszonych w PIPT (firmy projektujące i budujące stoiska targowe, firmy transportu targowego oraz firmy świadczące inne usługi na rzecz targów).



*Dr Beata Kozyra*  
Dyrektor generalny, członek zarządu  
Polskiej Izby Przemysłu Targowego

<sup>1</sup> Dane uwzględniają wyłączenie statystyki targów w Polsce poddanych audytowi CENTREX – Międzynarodowemu Związkiowi Statystyk Targowych

<sup>2</sup> [30th UFI Global Barometer january 2023.pdf](#)

## TARGI W POLSCE 2012-2022\*

„Targi” ... co to takiego? Choć znamy to słowo, nie zawsze zdajemy sobie sprawę z tego, co za nim się kryje, zwłaszcza jeśli nigdy nie uczestniczyliśmy w takim wydarzeniu. Cytując [SŁOWNIK POJĘĆ BRANŻY TARGOWEJ](#), wydany przez [Polską Izbę Przemysłu Targowego](#), jedyną oficjalną organizację zrzeszającą polskie firmy branży targowej, targi to:

„wydarzenie gospodarcze, społeczne i kulturowe, służące rozwojowi przedsiębiorstw, promocji gospodarczej towarów i usług oraz bezpośrednim relacjom międzyludzkim w biznesie; targi mają bezpośredni związek z rozwojem otwartej i zróżnicowanej gospodarki, pełnią ważną rolę w rozwoju regionów i kraju. Targi są miejscem bezpośrednich spotkań, odbywanych w ramach zorganizowanego rynku, regularnie, w ustalonym miejscu, w z góry określonym terminie początkowym oraz o ściśle określonym czasie trwania; uczestnikami targów są wystawcy i zwiedzający. Zadaniem targów jest umożliwienie wszystkim uczestnikom zaprezentowania wzorów produktów, towarów lub usług celem ich promocji oraz dokonania transakcji handlowych w przyszłości”.<sup>3</sup>

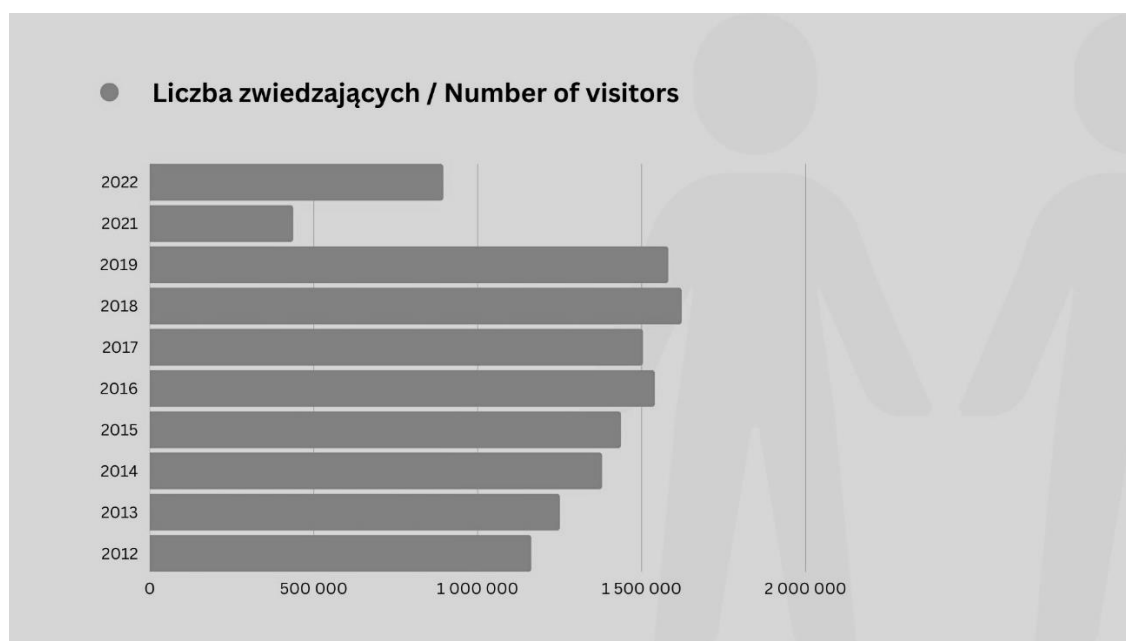
! Chcesz poznać oficjalne definicje statystyczne  
– zajrzyj do opracowanego przez PIPT  
[Słownika Pojęć Branży Targowej](#)

### Targi w Polsce w latach 2012 – 2022

Kryteria	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2021**	2022
Liczba targów	221	216	214	200	211	193	201	189	73	123
Całkowita wynajęta powierzchnia targowa (m kw.)	742 369	682 469	817 481	764 908	838 234	785 187	870 838	760 932	395 690	539 965
Liczba wystawców ogółem	27 810	27 828	28 799	28 392	28 896	26 645	27 381	25 598	6786	13 973
Liczba wystawców międzynarodowych	4 461	4 380	4 790	4 674	4 753	5 853	6 240	5 339	1 508	2 750
Liczba zwiedzających <sup>4</sup>	1 162 391	1 249 352	1 378 209	1 436 083	1 539 000	1 503 313	1 621 052	1 580 846	436 429	894 123

\*Dane uwzględniają wyłączenie statystyki targów w Polsce poddanych audytowi CENTREX – Międzynarodowemu Związkiw Statystyk Targowych.

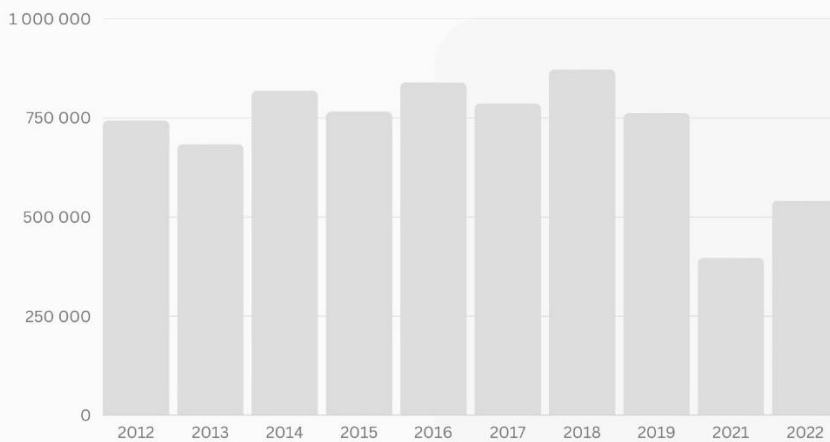
\*\*W roku 2020 branża była zamrożona z powodu pandemii COVID-19



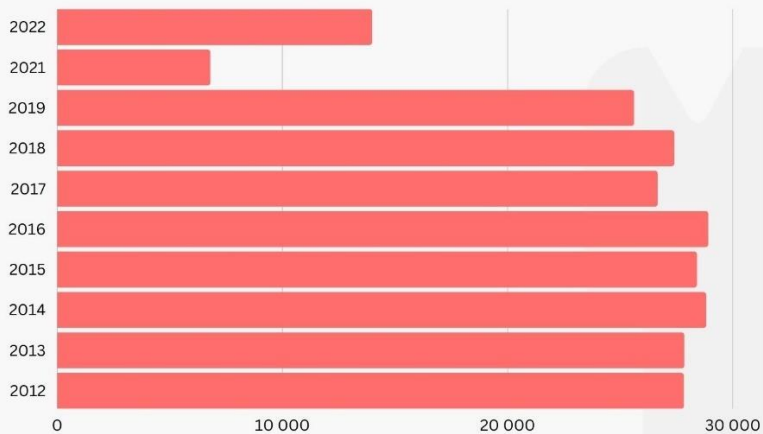
<sup>3</sup> Słownik Pojęć Przemysłu Targowego, [Słownik-Pojęć-Branży-Targowej-1.pdf \(polfair.pl\)](#), str. 10

<sup>4</sup> Wstęp na część targów jest bez biletów, w związku z tym nie można oszacować całkowitej liczby zwiedzających

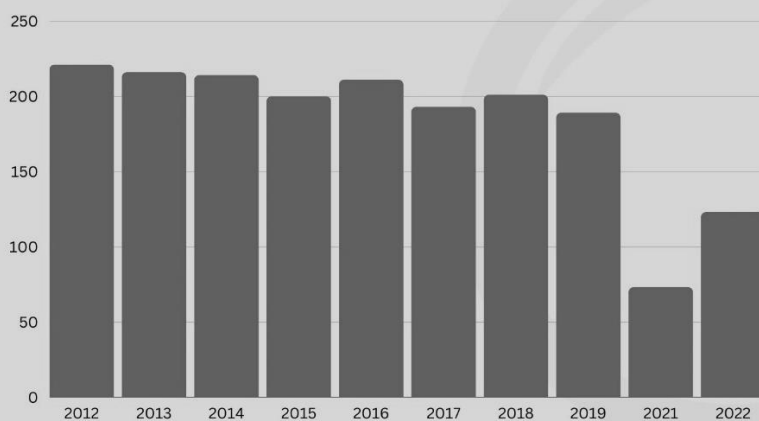
● **Całkowita wynajęta powierzchnia targowa (m kw.) / Total contracted exhibition space (sq.m)**



● **Liczba wystawców ogółem / Total number of exhibitors**



● **Liczba targów / Number of exhibitions**



## ZNACZENIE AUDYTU STATYSTYK TARGOWYCH

Audyt danych statystycznych targów (tj. podstawowych parametrów statystycznych opisujących targi: liczby wystawców, liczby zwiedzających, wielkości powierzchni targowej wynajętej) jest badaniem prowadzonym przez niezależnego profesjonalnego audytora w celu potwierdzenia zgodności prezentowanych informacji ilościowych ze stanem faktycznym.

Audyt danych statystycznych targów jest podejmowany z wyboru. Wiodący organizatorzy targów na świecie, w tym organizatorzy targów w Polsce zrzeszeni w Polskiej Izbie Przemysłu Targowego, decydują się na poddanie statystyk swoich imprez targowych audytowi. Robią to, aby wspierać klientów targów – Wystawców i Zwiedzających. Dzięki audytowi klienci otrzymują wiarygodne, porównywalne w skali międzynarodowej dane statystyczne, co pomaga im w podejmowaniu decyzji odnośnie wyboru targów zgodnie z ich celami marketingowymi i komunikacyjnymi.

Prawidłowa realizacja audytu wymaga od audytora odpowiedniego przygotowania, wiedzy z zakresu specyfiki targów, międzynarodowych standardów w zakresie liczenia danych statystycznych targów i definicji statystycznych, a także umiejętności niezbędnych do uzyskania danych i właściwej ich interpretacji. Dlatego wszystkie organizacje zajmujące się audytem statystyk targowych są członkami UFI – Światowego Stowarzyszenia Przemysłu Targowego, zaś stosowane przez nich standardy obliczeniowe i definicje statystyczne są oparte o standardy i definicje UFI. Osoby prowadzące badania audytowe w imieniu audytora są wysokiej klasy ekspertami w branży targów, którzy posiadają odpowiednie kompetencje.

Nie jest intencją audytora szukanie nieprawidłowości (jak ma to miejsce w wypadku „kontroli”), lecz poszukiwanie zgodności i jej potwierdzenie. Współpracując z organizatorem targów audytor chce wykazać, że wyliczone przez niego dane statystyczne targów spełniają warunki standardów obliczeniowych i definicji.

Rolą i zadaniem audytora, oprócz realizacji badań audytowych, jest również wskazanie możliwości doskonalenia procesów gromadzenia i przetwarzania danych statystycznych targów przez ich organizatorów.

Audyt danych statystycznych targów nie jest działaniem jednorazowym, lecz cyklicznym, realizowanym w zaplanowanych odstępach czasu. Dzięki cyklicznemu badaniu organizator targów dysponuje systematycznie rozbudowywanym zbiorem danych statystycznych swoich targów, który może regularnie wykorzystywać w celach promocyjnych i marketingowych.

Audyt danych statystycznych targów umożliwia organizatorom tych targów prezentację danych w krajowych i międzynarodowych branżowych raportach statystycznych.

### Audyty statystyk targowych i rekomendacje PIPT

CENTREX – Międzynarodowy Związek Statystyk Targowych opracował koncepcję rozwiązania dotyczącego statystyki targów w Europie Środkowo-Wschodniej, które zostało sprawdzone na skalę międzynarodową. Dodatkowo, Związek ustanowił standardy w zakresie kontroli statystyk. CENTREX jest także ważnym partnerem starań UFI o ustanowienie skutecznych statystyk międzynarodowych targów oraz metodologii audytu i wdrażania. Najważniejsze kontrolowane dane to: liczba i specyfika odwiedzających, wielkość (przestrzeń) zajmowane przez targi oraz liczba i pochodzenie wystawców.

CENTREX przeprowadza audyty wydarzeń organizatorów targów, m.in. tych, którzy są zrzeszeni w Polskiej Izbie Przemysłu Targowego.

Organizatorzy, którzy przeszli audyt „Audited by CENTREX” pozytywnie:

- oferują wiarygodne, przejrzyste, porównywalne, certyfikowane dane statystyczne dotyczące targów zgodnie ze standardami międzynarodowymi;
- współpracują ze sobą na wiele sposobów, np. CSR;
- opracowują wspólne działania, stanowiska i wspólny głos w sprawach branżowych.

Przedstawienie danych statystycznych targów potwierdzonych audytem zrealizowanym przez niezależnych audytorów jest jednym z fundamentów, na których opierają się standardy jakości dla targów posiadających status UFI Approved Event, co wynika z „Regulaminu Wewnętrznego UFI”. Niniejszy dokument opracowano w celu stosowania go wraz z Regulaminem Wewnętrznym UFI – Światowego Stowarzyszenia Przemysłu Targowego oraz „[Standardami obliczeniowymi i definicjami statystycznymi UFI](#)”, zawierającymi stosowane przez UFI szczegółowe definicje i zasady dotyczące obliczania liczby zwiedzających i liczby wystawców dla targów posiadających status „UFI Approved Event” i „UFI Approved International Event”. Treść tych dokumentów



celowo nie powtarza się w treści niniejszego Regulaminu, który skupia się na samym procesie audytu. „UFI Approved Event” to certyfikat jakości dla targów organizowanych przez Członków UFI, przyznawany na wniosek organizatora targów, po spełnieniu potwierdzonych audytem kryteriów ilościowych i jakościowych.



„Targi z rekomendacją PIPT” to certyfikat jakości dla targów organizowanych przez Członków PIPT, przyznawany na wniosek organizatora targów, po spełnieniu potwierdzonych audytem CENTREX kryteriów ilościowych i jakościowych.



„Firma z rekomendacją PIPT” to znak jakości przyznawany firmom – Członkom PIPT potwierdzający wysoką jakość usług świadczonych w branży targowej przyznawany na wniosek firmy, po spełnieniu stosownych kryteriów.

Raport UFI: Ekonomiczny wpływ targów



# TARGI WCZORAJ, DZIŚ I JUTRO

## Korzenie polskiego przemysłu targowego

Targi od zawsze były ważnym miejscem handlu w Europie. Początki targów można odnaleźć we wczesnym średniowieczu, kiedy kupcy i handlarze gromadzili się na wyznaczonych targowiskach, aby wymieniać się towarami i usługami, takimi jak przyprawy, tekstylia czy usługi kowalskie. Za najstarsze targowiska w Europie, uważa się jarmarki szampańskie, które powstały na terenie Szampanii we Francji. To właśnie one dały początek dzisiejszemu przemysłowi targowemu.

Jedną z pierwszych polskich wystaw, mającą znamiona targów, która zapoczątkowała erę nowożytnych targów w Polsce odbyła się w zaborze rosyjskim. Była to Wystawa Rolniczo-Przemysłowa w Warszawie w 1821 roku. Pisząc o historii targów w Europie należy wspomnieć również o pierwszej w historii Wystawie Światowej, która odbyła się w Londynie w roku 1851 r., od tego czasu targi zaczęły odgrywać znaczącą rolę w rozwoju gospodarczym, a także społecznym i kulturalnym państw.

Sto lat po Wystawie Rolniczo-Przemysłowej, w 1921 roku powstały Międzynarodowe Targi Poznańskie, które są jednym z najdłużej działających w Europie organizatorów targów. Z inicjatywy poznańskiego kupiectwa w dniach 28 maja - 5 czerwca 1921 r. odbył się I Targ Poznański, na którym prezentowano dokonania polskiego przemysłu.

W 2021 r. Międzynarodowe Targi Poznańskie obchodzą 100 lat!

Lata dziewięćdziesiąte, kiedy to powstała Polska Izba Przemysłu Targowego były latami świetności imprez targowych. Nie było wtedy specjalistycznych sklepów czy galerii handlowych, a oferowany w sprzedaży asortyment był bardzo ograniczony. Rynek krajowy był nienasycony. Targi miały wtedy typowo sprzedażowy charakter – stanowiły miejsce spotkań, gdzie zawierano klasyczne transakcje kupna-sprzedaży produktów, których nie można było nabyć, a często nawet zobaczyć nigdzie indziej.



Źródło: Narodowe Archiwum Cyfrowe, archiwum MTP

W latach 2000-2010 targi wyglądały już nieco inaczej. Organizatorzy targów i operatorzy obiektów targowych zaczęli dbać o nadanie targom atrakcyjniejszej formuły. Bardzo ważne było dostosowanie się do nowych wymagań klientów i zmieniającego się rynku.

Wystawcy i zwiedzający korzystali z nowoczesnej infrastruktury w dynamicznie rozbudowywanych centrach targowo-konferencyjnych, zarządzanych przez Członków PIPT (w Gdańsku, Kielcach, Krakowie, Lublinie, Ostródzie, Poznaniu, Szczecinie, Toruniu i Warszawie) i innych operatorów, m.in. w Bielsku-Białej, Bydgoszczy i Łodzi. Kolejne lata to jeszcze bardziej dynamiczne zmiany w branży targowej. Aby lepiej odpowiadać na potrzeby wystawców i gości targowych powstały targi dedykowane konkretnym branżom.

## Targi dzisiaj

Polska jest obecnie największym rynkiem targowym w Europie Środkowo-Wschodniej, a polscy organizatorzy targów, na czele z Grupą MTP (Międzynarodowymi Targami Poznańskimi), Targami Kielce, Targami w Krakowie oraz Międzynarodowymi Targami Gdańskimi są liderami w tym regionie.

Na przestrzeni ostatnich stu lat targi przeszły znaczące przeobrażenia, odzwierciedlające przemiany zarówno gospodarcze, jak i kulturowe. Koncepcja jednego międzynarodowego wydarzenia trwającego kilka tygodni odeszła w zapomnienie. Zamiast tego organizatorzy oferują wiele branżowych wydarzeń, trwających kilka dni, skierowanych zarówno do biznesu - TRAKO, Amberif, KRAKDENT, BUDMA, Meble Polska, ITM Industry Europe, Agrotech, PLASTPOL, MSPO, jak i dla pasjonatów – Targi Książki w Krakowie, Poznań Game Arena, Poznań Motor Show, Cavaliada Tour.

Targi odbywają się na całym świecie. O tym, jak bardzo są ważne dla światowego biznesu może świadczyć fakt, że aż 815 organizacji z 85 krajów zrzeszyło się w UFI – Światowym Stowarzyszeniu Przemysłu Targowego – największej na świecie organizacji wiodących światowych organizatorów targów i właścicieli terenów targowych.

Aktualnie w Polsce funkcjonuje 16 obiektów targowych o łącznej powierzchni 415 050 m<sup>2</sup>. Polska z ponad 400 tys. m<sup>2</sup> wewnętrznej powierzchni wystawienniczej zajmuje pod względem powierzchni 11 miejsce w Europie i jest największym i najsilniejszym ośrodkiem targowym w Europie Środkowo-Wschodniej.

Okres pandemii mocno nadwyrężył kondycję branży. Osiemnaście miesięcy całkowitego przestoju było ciężkim doświadczeniem dla firm targowych. Jednak rok 2022 był drugim rokiem odbudowy po pandemii, a prognozy wskazują, że polska branża targowa wróci do poziomu z 2019 r. około 2024 r., a niektóre wydarzenia nawet już w 2023 r.

Wiodące firmy targowe i organizatorzy targów obserwując światowe trendy i procesy gospodarcze, wyczuwają możliwości jakie otwierają się w różnych obszarach, jednocześnie mając na uwadze zagrożenia i niestabilną sytuację na rynku. Najbliższe dwa lata to czas, kiedy branża będzie musiała poradzić sobie z najpilniejszymi wyzwaniami, które przed nią stoją. Wśród ogólnych wyzwań stojących przed wszystkimi branżami możemy wymienić wzrosty cen energii, inflację, wojnę w Ukrainie, natomiast wśród wyzwań, które dotyczą stricte branży targowej należy wskazać kwestie zatrudnienia, motywowania i zatrzymania w strukturach firm specjalistów i talentów.



Źródło: PIPT

Pomimo wyzwań, targi mają się dobrze i wciąż dostosowują swoją ofertę do zmieniających się potrzeb. Na przestrzeni ostatnich lat „zmienili się” zwiedzający, z jednej strony pod wpływem ewolucji cyfrowej przenoszą się oni do sieci i tam poszukują różnych doświadczeń. Z drugiej strony są otwarci na nowe formaty i wydarzenia, których poszukują w mieście i to najlepiej w bliskiej odległości od swojego miejsca zamieszkania. Również jakość zwiedzających uległa poprawie, coraz częściej przybywają oni na targi w ściśle określonym celu, świadomi swoich potrzeb i możliwości ich zaspokojenia.

Dostosowując się do tych zmian organizatorzy targów stale rozwijają swoją ofertę. Zmieniają formaty wydarzeń, wzbogacając je o dodatkowe panele, konferencje, pokazy, konkursy, aby zwiedzający mogli z danej imprezy wynieść jeszcze więcej. Popularne stają się modele hybrydowe, łączące elementy targów, konferencji, festiwali i wydarzeń online. Organizatorzy wykorzystują najnowsze osiągnięcia technologiczne w służbie wydarzeń. Internet odgrywa ważną rolę w komunikacji pomiędzy ośrodkami targowymi, a zwiedzającymi. Wszelkie informacje na temat organizowanych wydarzeń, bilety czy relacje na żywo oraz aktualności publikowane są na stronach www danych wydarzeń oraz na profilach wydarzeń w mediach społecznościowych, tworząc wokół wydarzenia społeczności czy nawet metawersum.

Dzisiejsze targi wyróżnia profesjonalizm i specjalizacja, a potencjalne zagrożenia, których się obawiano, takie jak Internet, digitalizacja i globalna komunikacja, okazały się sojusznikami targów i doskonale targom służą.

Targi na przestrzeni lat uległy znaczącym zmianom, lecz jedno pozostało niezmiennie – najważniejszą korzyścią tradycyjnych targów pozostaje bezpośredni kontakt pomiędzy wystawcami, a zwiedzającymi.

## Przyszłość. Jedyną pewną rzeczą jest zmiana.

W tej chwili kluczowa dla branży jest dywersyfikacja wydarzeń i ich „festiwalizacja”. Obok tradycyjnych targów pojawiają się imprezy towarzyszące, kongresy i konferencje, pokazy, spotkania z ekspertami czy artystami, koncerty i jarmarki.

W najbliższej przyszłości targi wciąż będą miejscem spotkań, jednak zmieni się przestrzeń targowa, która w pierwszej kolejności będzie stawiać na inkluzywność i ekologię. Targi staną się czymś więcej niż miejscem zawierania umów biznesowych i poszukiwania kontrahentów. Przestrzenie targowe otworzą się na miasto i jego mieszkańców proponując szereg atrakcyjnych wydarzeń, innych niż typowe targi (np. jarmarki świąteczne, letnie strefy relaksu).

Śledząc na bieżąco aktualne trendy, jak i spoglądając nieco dalej w przyszłość możemy zauważyć, że branża targowa już od jakiegoś czasu modyfikuje swoje działania i oferty.

Organizatorzy nie skupiają się jedynie na „oczywistych” grupach klientów, uwzględniając w swoich ofertach uczestników targów, którzy są ... rodzicami, np. powstają specjalne place zabaw dla dzieci z opiekunami czy prowadzone są zajęcia edukacyjne np. w formie warsztatów.



Źródło: PIPT

Pojęcie inkluzywność wchodzi już na stałe do targowej nomenklatury i ma odbicie w działaniach organizatorów, np. na terenie targów coraz częściej pojawiają się przestrzenie wyciszające dla osób ze spektrum autyzmu.

W świecie, gdzie świat cyfrowy przejął w dużej mierze życie ludzkie we władanie, podtrzymywanie kontaktów ze społecznością targów musi odbywać się również poza regularnymi spotkaniami w przestrzeni targowej. Standardem w branży targowej zaczyna być budowanie metawersum wokół wydarzeń, m.in. zrzeszające grupy zainteresowanych wokół danej tematyki targów, w których dane wydarzenia ma swój ciąg dalszy, gdzie toczy się żywa dyskusja i są generowane pomysły, które są włączane w tworzenie nowych rozwiązań.

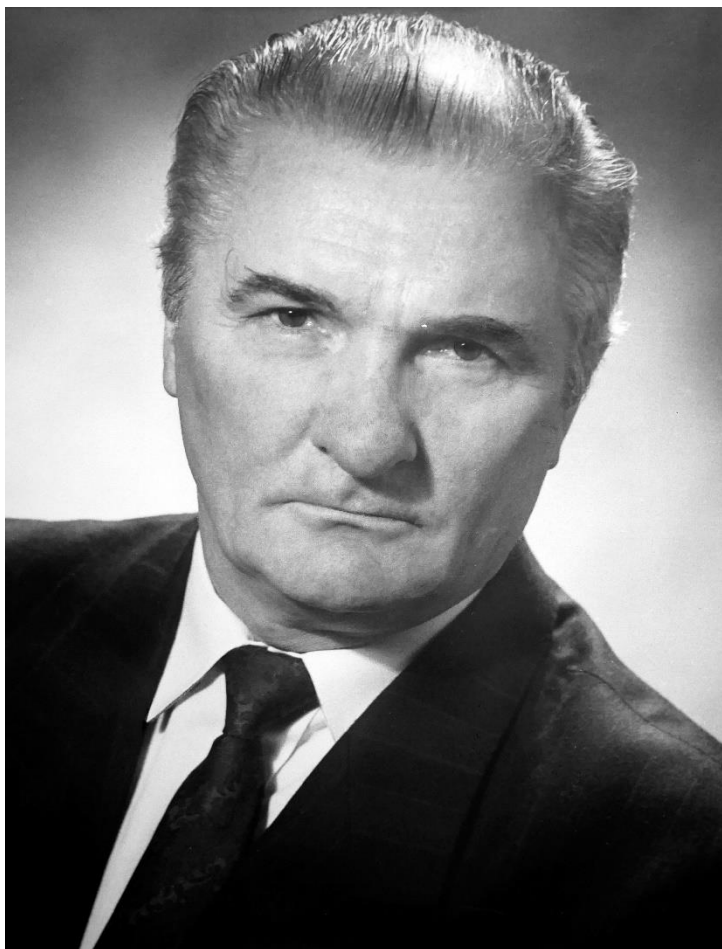
Targi przeszły długą drogę pod względem pełnionych funkcji i wpływu na funkcjonowanie przedsiębiorstw. Nadal jednak są ważnym narzędziem dla firm do promowania swoich produktów i usług oraz nawiązywania kontaktów z potencjalnymi partnerami. Branża targowa niewątpliwie będzie ewoluować i dostosowywać się do nowych technologii i wymagań rynku, jednak istota targów pozostaje ta sama – zbliżanie ludzi i ułatwianie transakcji biznesowych.

## 30 LAT DZIAŁAŃ TARGOWEGO SAMORZĄDU

**Polska Izba Przemysłu Targowego** działa od 2006 roku jako izba gospodarcza przedsiębiorców branży targowej i branż związanych z organizacją targów, wystaw i eventów. Od powstania w **1993 r.** do 2006 r. działała jako **Polska Korporacja Targowa**.

PIPT prowadzi działania mające na celu promocję i nieustanną poprawę jakości i kultury polskich targów. Ze szczególną starannością dba o transparentność polskiego rynku targowego – poprzez audyt danych statystycznych targów organizowanych przez jej Członków. Utrzymuje aktywne kontakty z międzynarodowymi organizacjami przemysłu targowego, jak: UFI – Światowe Stowarzyszenie Przemysłu Targowego oraz CENTREX – Międzynarodowy Związek Statystyk Targowych Europy Środkowowschodniej. Bierze aktywny udział i wspiera realizację projektów uznanych przez międzynarodowe środowisko ekspertów targowych za istotne dla rozwoju targów na świecie.

**Stanisław Laskowski, pierwszy Prezes Polskiej Korporacji Targowej**



Źródło: Archiwum MTP

Na początku lat 90-tych nikt nie wiedział, ile mamy w Polsce targów, ilu organizatorów i wystawców. Efektem uwolnionego rynku był spontaniczny i żywiołowy rozwój rynku targowego, jedynej wówczas branży o takiej dynamice. Każdego roku prawie dwustu organizatorów urządzało ponad 500 targów i wystaw. Imprezy targowe otwierano wszędzie, gdzie się dało: w świetlicach, salach gimnastycznych, nawet w salkach katechetycznych i namiotach. Narodziła się więc idea powołania samorządu targowego, żeby się przede wszystkim policzyć, poznać i podjąć próbę uporządkowania tego rynku. I tak w czerwcu 1993 roku Międzynarodowe Targi Poznańskie zaprosiły do Poznania wszystkich organizatorów targów i właścicieli firm wystawienniczych, aby powołać polską organizację samorządową. Na spotkanie założycielskie przyjechało ponad 120 przedstawicieli targów i firm targowych, którzy powołali Polską Korporację Organizatorów Targów i Wystaw Gospodarczych. Oficjalnie Korporacja została zarejestrowana we wrześniu 1993 roku. Pierwszym jej prezesem został, nieżyjący już, Stanisław Laskowski, a po jego śmierci w 1996 roku, Walne Zgromadzenie Polskiej Korporacji Targowej powierzyło stanowisko prezesa Bogusławowi Zalewskiemu, również ówczesnemu szefowi MTP.

Polska Korporacja Targowa (PKT), bo taką ostatecznie przyjęła nazwę, zainicjowała znakomity i niezwykle owocny okres w historii samorządu targowego. To za czasów PKT powstały takie inicjatywy, jak konkursy na Lidera Usług Targowych i Stoisko Roku, kampania promocyjna i wielki event w Warszawie „Targi – Sześć Zmysłów” oraz kilka pionierskich publikacji z zakresu marketingu targowego: „Targi nie mają alternatywy” i poradnik „Marketing targowy. Vademecum wystawcy”, wydany w 2006 roku. Cennym dorobkiem Korporacji są zrealizowane przez Pentora na jej zlecenie badania polskiego rynku targowego w roku 2000 i 2005. PKT była wówczas najaktywniejszym samorządem targowym w Europie. Korporacja rozpoczęła trwającą do dziś coroczną publikację „Raport Targi w Polsce” oraz terminarz „Targi w Polsce”. Badała i opisywała naturę targów, wystawców i zwiedzających – tworzyła podstawy marketingu targowego. Działania Korporacji są nadal kontynuowane.

W 2000 roku PIPT, wykorzystując doświadczenia najważniejszych organizacji targowych, takich jak CENTREX, UFI i AUMA, opracowała standardy i definicje statystyczne dla targów i wystaw w Polsce.

W 2006 roku, w miejsce Korporacji, powstała Polska Izba Przemysłu Targowego, która zrzesza, na zasadzie dobrowolności, polskich przedsiębiorców działających w branży targowej oraz w branżach związanych pośrednio lub bezpośrednio z organizacją targów i usługami dla targów i ich klientów. Izba jest spadkobiercą i kontynuatorem dorobku Polskiej Korporacji Targowej. Więcej o Izbie, jej działaniach, władzach i strukturze można przeczytać na stronie [www.polfair.com.pl](http://www.polfair.com.pl).

Na przełomie lat 2006 i 2007 pojawił się pomysł włączenia w polskim prawodawstwie targów, wystaw i imprez wystawienniczych do „imprez masowych”. Intensywny lobbing PIPT w Sejmie, przy wsparciu ponad 30 organizacji oraz otwarty protest PIPT przeciwko bezpodstawnemu stwierdzeniu braku wpływu projektowanej zmiany na konkurencyjność gospodarki i przedsiębiorczość oraz liczne prezentacje stanowiska polskiej branży targowej reprezentowanej przez Polską Izbę Przemysłu Targowego podczas posiedzeń sejmowej podkomisji nadzwyczajnej ds. rozpatrzenia rządowego projektu, przyniosły efekt w postaci wykreślenia projektowanej poprawki z Art. 3 Ustawy. W dniu 9 maja 2007 r. Sejm RP przyjął projekt ustawy o zmianie ustawy o bezpieczeństwie imprez masowych, w którym ostatecznie odstąpiono od projektowanej zmiany definicji imprez masowych.

W 2008 roku, Izba podjęła współpracę z Centrex – International Exhibition Statistics Union w zakresie audytu danych statystycznych targów w Polsce, która trwa do dzisiaj. W rezultacie współpracy PIPT z CENTREX dane statystyczne polskich targów są publikowane w unikatowych raportach statystycznych wiodących światowych organizacji targowych: w Raporcie CENTREX (wydawca: CENTREX), w raporcie Euro Fair Statistics (wydawca: UFI – Światowe Stowarzyszenie Przemysłu Targowego). Dzięki owocnej współpracy z CENTREX, od lat mamy możliwość międzynarodowej promocji danych statystycznych targów organizowanych w Polsce przez Członków PIPT w najważniejszych europejskich branżowych raportach statystycznych.

W 2009 r. na zamówienie Polskiej Izby Przemysłu Targowego, Centrum Ekspertyz Gospodarczych Fundacji Akademii Ekonomicznej w Poznaniu (CEG FAE) przygotowało opracowanie dotyczące wpływu przemysłu targowego na polską gospodarkę. Głównym celem opracowania była próba kwantyfikacji całościowego oddziaływania przemysłu targowego w Polsce na gospodarkę poprzez odzwierciedlenie rezultatów funkcjonowania różnych ogniw tego przemysłu.

PIPT od 2015 roku organizuje Konkurs „EKSPOZYCJA ROKU”, który aktualnie organizowany jest w nowej, otwartej i dostępnej dla wszystkich firm formule, a od 2016 roku Izba prowadzi ogólnopolską kampanię promocyjną „Targi Dają Więcej”, której celem jest upowszechnienie idei i korzyści z targów wśród polskiego społeczeństwa.

Od 2016 roku na całym świecie obchodzony jest Międzynarodowy Dzień Targów – Global Exhibitions Day (GED). Izba dba o to, aby w Polsce ten dzień również był celebrowany. Obchody GED zainicjowała UFI, ale pomysłodawcą idei był Członek PIPT Pan Adam Gabrysiak, prezes firmy Abisal.

Global Exhibitions Day jest ważnym świętem i doskonałą okazją do uhonorowania osób pracujących w przemyśle targowym, jak i dobrym momentem na to, aby przypomnieć i podkreślić korzyści jakie niosą targi dla rozwoju gospodarczego i społecznego miast, regionów i państw. Izba co roku zachęca swoich Członków do zaangażowania się w obchody GED.

Trwająca w latach 2020-2021 pandemia koronawirusa i związane z nią obostrzenia spowodowały sytuację kryzysową dla firm targowych, która zagroziła istnieniu wielu z nich a nawet całej branży targowej. Tylko dzięki intensywnym działaniom lobbingsowym Izby oraz oddolnej inicjatywy Członków Izby – Komitetu Obrony Branży Targowej:

- Rząd uznał branżę targową za jedną z najbardziej poszkodowanych i uwzględnił w Tarczach rządowych i PFR
- W Rządzie RP i poszczególnych ministerstwach zwiększyła się świadomość istnienia branży targowej
- W Tarczy rządowej 6.0. oraz w tarczy PFR 2.0. został uwzględniony kod PKD 82.30.Z. (organizatorzy targów)
- W Tarczy PFR 2.0 został uwzględniony kod PKD 73.11 Z (budowa stoisk targowych)
- Subwencja z Tarczy PFR 1.0. dla firm posiadających stosowne kody PKD została umorzona w 100%



Źródło: PIPT

! Działania Lobbyingowe Izby oraz Komitetu Obrony Branży Targowej umożliwiły wywalczenie wsparcia z Tarcz rządowych oraz Tarcz PFR dla firm branż targowej w czasie pandemii COVID-19

W 2021 roku z inicjatywy PIPT i w odpowiedzi na zapotrzebowanie Członków Izby i branży uruchomiony został [Projekt Monter Expo](#), którego celem jest kształcenie specjalistów od zabudowy stoisk targowych i obsługi targów, koncertów i innych wydarzeń w dwóch zawodach — Monter konstrukcji targowo-wystawienniczych oraz Technik obsługi przemysłu targowo-wystawienniczego.

Polska Izba Przemysłu Targowego

**monter EXPO**

**RZETELNA WIEDZA - DOBRY ZAWÓD**

Pierwszy taki projekt w Europie! #MONTEREXPO, jest ukłonem w stronę przyszłości i nowoczesnego kształcenia branżowego i technicznego.

W 2022 r. PIPT podpisała deklarację i przystąpiła do ogólnoświatowej inicjatywy Net Zero Carbon Events, która działa na rzecz redukcji emisji CO<sub>2</sub> wydarzeń, w tym targów. Izba powołała również własny Zespół GO GREEN, który będzie propagował inicjatywę NZCE w Polsce, zaczynając od Członków Izby. Więcej na ten temat piszemy w kolejnym punkcie.



Źródło: [Net Zero Carbon Events](https://netzerocarbonevents.org)

Siła Izby tkwi w jej Członkach i otwartości Izby na ich potrzeby i pomysły. Izba wsluchuje się w ich idee, problemy, propozycje działań i z wytrwałością dąży do znalezienia optymalnych rozwiązań, dzięki którym tworzone są również podstawy dla funkcjonowania branży targowej w Polsce.

Izba co roku organizuje Zimowy Zjazd PIPT wraz z konferencją branżową. Spotkania merytoryczne, dyskusje, konkurencje sportowe, wspólne biesiadowanie to podstawa do budowania trwałych i wartościowych relacji i społecznych, i biznesowych.

Członkostwo w Izbie daje unikatową możliwość kształtowania relacji i wymiany doświadczeń z najważniejszymi w kraju przedsiębiorcami targowymi, pozwala na networking, ale i spotkania integracyjne. Przez szereg lat działań lobbingowych Izba zyskała rozpoznawalność wśród władz, wypracowała sobie pozycję oficjalnego eksperta branży targowej i stała się partnerem do rozmów.



Źródło: PIPT

## TARGI NA ŚCIEŻCE ZERO NETTO

Targi są motorem rozwoju gospodarki, biznesu i społeczeństwa. Kształtują trendy, sprzyjają innowacjom i tworzą przyszłość. Są kluczem do porozumienia i współpracy. Są miejscem spotkań i dyskusji na wiele intrygujących i ważnych aktualnie tematów. Dotyczy to również zrównoważonego rozwoju i zmian klimatycznych. Działania zrównoważone, to nie tylko trend, ale przede wszystkim odpowiedzialność za przyszłe pokolenia, które będą musiały zmierzyć się z konsekwencjami naszych decyzji. Branża targowa ma do odegrania szczególną rolę w walce ze zmianami klimatycznymi. Ponoś m.in. odpowiedzialność za minimalizowanie wpływu na zmiany klimatyczne. Nie tylko organizuje targi i konferencje dotyczące szeroko pojętego zrównoważonego rozwoju, ale dąży do tego, aby zminimalizować ich ślad węglowy branży targowej. Zaangażowanie branży w odpowiedzi na zagrożenie zmianą klimatu, służy nie tylko temu, aby zabezpieczyć własną przyszłość targów, ale także aby wesprzeć wiele innych sektorów, od których zależy nasze istnienie. Zaangażowanie oznacza m.in. bycie częścią globalnej współpracy na rzecz inicjatywy [Net Zero Carbon Events](https://netzerocarbonevents.org) (wydarzenia o zerowym śladzie węglowym).



Źródło: [Net Zero Carbon Events](https://netzerocarbonevents.org)

[UFI, Światowe Stowarzyszenie Przemysłu Targowego](https://www.uiforum.com/) ogłosiło w 2021 w Paryżu uruchomienie nowej inicjatywy Net Zero Carbon Events, której głównym celem jest połączenie branży wydarzeń na całym świecie we wspólnym dążeniu do redukcji do zera emisji dwutlenku węgla do 2050 roku.

W czerwcu 2022r. PIPT przystąpiła do inicjatywy Net Zero Carbon Events. Jednym z założeń Inicjatywy jest stworzenie ram spójnych standardów i wspólnych działań, które mają być podjęte przez branżę targową w celu osiągnięcia założeń Net Zero Carbon Events do 2050 roku.

Inicjatywa Net Zero Carbon Events ma na celu zgromadzenie szerokiego grona interesariuszy z branży targowej w celu:

- wspólnego informowania o zaangażowaniu branży w celu przeciwdziałania zmianom klimatu i dążenia do zero netto do 2050 r.
- opracowania jednolitej metodologii pomiaru bezpośrednich, pośrednich oraz w łańcuchu dostaw emisji gazów cieplarnianych w branży
- opracowanie ogólnobranżowej Mapy Drogowej prowadzącej do osiągnięcia bilansu zeroemisyjnego (zero netto) do 2050 r. oraz redukcji emisji do 2030 r. zgodnie z Porozumieniem Paryskim, z uwzględnieniem wsparcia i wskazówek w kluczowych kwestiach.
- wspierania współpracy z dostawcami i klientami, aby zapewnić kompatybilność rozwiązań i wspólne podejście
- ustanowienia wspólnych mechanizmów raportowania postępów i dzielenia się najlepszymi praktykami

Polska Izba Przemysłu Targowego włączając się w powyższą Inicjatywę postawiła przed sobą Wizję i Misję w zakresie zrównoważonego rozwoju:

Wizja: Osiągnięcie wysokiego poziomu świadomości i zaangażowania Członków PIPT w praktykowanie i promowanie odpowiedzialności społecznej i środowiskowej w branży targowej.

! Wizja PIPT: Osiągnięcie wysokiego poziomu świadomości i zaangażowania Członków PIPT w praktykowanie i promowanie odpowiedzialności społecznej i środowiskowej w branży targowej

Misja: PIPT wspiera firmy branży targowej w prowadzeniu działalności na zasadach zrównoważonego rozwoju, poprzez:

- propagowanie zrównoważonego rozwoju wśród Członków Izby
- edukowanie Członków w zakresie zrównoważonego rozwoju
- aktywną współpracę z [UFI – Światowym Stowarzyszeniem Przemysłu Targowego](#) w zakresie zrównoważonego rozwoju
- aktywną współpracę na rzecz inicjatywy [Net Zero Carbon Events](#)
- aktywną współpracę ze [Szkołą ESG](#) przy Krajowej Izbie Gospodarczej

Przedstawiciele Izby są również Członkami [Komitetu ds. ESG przy Krajowej Izbie Gospodarczej](#).

Izba swoje deklaracje przekłada na praktykę i aktywnie działa na rzecz Inicjatywy m.in. poprzez uczestnictwo przedstawicieli Izby w Zespołach Roboczych (working streams) Inicjatywy, m.in. w Zespole ds. raportowania (Reporting), Zespole ds. podróży i zakwaterowania / Travel & Accommodation, Zespole ds. pomiaru CO<sub>2</sub>/ Measurement, Zespole ds. produkcji i odpadów / Production and Waste oraz Zespole ds. logistyki / Logistic.

**Akcja „sprzątanie świata”**

Liczy się działanie – Sprzątanie Świata 2022 – Aktualności – Grupa MTP



**mtp**  
GRUPA

Organizator targów / obiekt




„Szczując przyrodę i pielęgnując postawy aktywnej ochrony natury angażujemy wszystkich (pracownicy Grupy MTP i Poznaniacy) którzy widzą potrzebę i czują odpowiedzialność za poprawę stanu środowiska naturalnego.

Dwa razy w roku włączamy się w zbieranie śmieci na terenie Lasu Dębińskiego.

Na sprzątających czekają każdorazowo pozyskane od sponsorów rośliny: różę, krzewy, cebule kwiatowe lub nasiona.”

Źródło: Raport Grupy MTP „Grupa MTP na rzecz zrównoważonego rozwoju prowadzonego biznesu”

Źródło: PIPT

PIPT działa również na rzecz edukacji w zakresie zrównoważonego rozwoju i lobbowania w środowisku targowym w celu zachęcenia jak najszerszego grona firm targowych do „wstąpienia” na ścieżkę zrównoważonego rozwoju. Największe firmy branży targowej podejmują już stosowne działania w celu redukcji CO<sub>2</sub> i przeciwdziałaniu zmianom klimatycznym. Więcej na ten temat znajdą Państwo w [BAZIE DOBRZYCH PRAKTYK GO GREEN](#).

**Ogrody deszczowe**



**amber expo**

Organizator targów / obiekt

„Założyliśmy ogrody deszczowe – które przyczyniają się do zagospodarowania wód opadowych przez spowolnienie odpływu do kanalizacji, podczyszczania wód opadowych, zwiększania bioróżnorodność”.

**3 NIECKI OGRODÓW DESZCZOWYCH**

- przyjęcie wody opadowej spływającej grawitacyjnie z uszczelnionych terenów zlewni ogrodu deszczowego

**5 RABAT ROŚLINNYCH Z FUNKCJĄ RETENCYJNĄ**

- zagospodarowanie wody w nieckach przez zieleni wodolubną
- skierowanie nadmiaru wody opadowej do istniejącego systemu KD



**OGRODY DESZCZOWE**  
funkcje

- SPOWOLNIENIE ODPLYWU WODY OPADOWEJ DO KANALIZACJI
- ZWIĘKSZENIE BIORÓŻNORODNOŚCI
- PODCZYSZCZANIE WÓD OPADOWYCH
- POPRAWA ESTETYKI OTOCZENIA

Źródło: Raport Międzynarodowych Targów Gdańskich

Źródło: PIPT

Aby efektywnie realizować Wizję i Misję zrównoważonego rozwoju, Izba w 2022 roku powołała własny Zespół Roboczy [GO GREEN](#), którego członkami są przedstawiciele PIPT. Głównym celem Zespołu GO GREEN jest stworzenie polityki ekologicznej i standardów zrównoważonego rozwoju dla branży targowej w Polsce, poprzez:

1. Wypracowanie schematu dojścia do „zeroemisyjności” branży targowej zgodnie z nowelizacją Porozumienia Paryskiego z 2019 r. i rezolucją Parlamentu Europejskiego z 2021 r. współpracując z koordynatorami Inicjatywy Net Zero Carbon Events.
2. Edukację – pozyskiwanie i dystrybucję wśród interesariuszy branży targowej informacji oraz wypracowanych rozwiązań, standardów dotyczących zrównoważonego rozwoju.

Cele edukacyjne Izba realizuje poprzez organizację webinarium i prelekcji, m.in. podczas Konferencji Branżowej PIPT z ekspertami z obszaru zrównoważonego zarządzania oraz poprzez aktywną współpracę ze [Szkołą ESG](#) przy Krajowej Izbie Gospodarczej, której PIPT jest Partnerem.

Przed nami długa i niełatwa droga, jednak wierzymy, że działania Izby w zakresie propagowania zrównoważonego rozwoju przyniosą oczekiwane rezultaty, w tym minimalizację emisji gazów cieplarnianych branży targowej.

# EKONOMICZNY IMPAKT TARGÓW

Targi od zawsze wnoszą znaczący wkład w rozwój gospodarek, regionów oraz biznesu na całym świecie.

## Benefity dla gospodarki

Bezpośrednim skutkiem targów na gospodarkę jest wkład wartości dodanej w produkt krajowy brutto. Przed pandemią Covid-19, według najbardziej ostrożnej oceny, roczne obroty związane z branżą wynosiły ok. 4,9 mld zł, a państwo uzyskało od branży przychody do budżetu z tytułu zapłaconego podatku VAT w kwocie ok. 0,5 mld zł.<sup>5</sup>

Innym, niemniej ważnym bezpośrednim skutkiem działań branży targowej jest zatrudnienie w samym sektorze targowym. W branży zatrudnienie znajduje personel: organizatorów targów w Polsce, operatorów obiektów targowych oraz firm oferujących usługi na rzecz targów, jak firm projektujących i budujących stoiska targowe, firm spedycji targowej, firm organizatorów wystąpień za granicą i dostawców usług dla przedsiębiorstw biorących udział w targach za granicą, czy firm IT, cateringu targowego. Przedsiębiorstwa z branży targowej zatrudniały przed pandemią ok. 97 tys. osób.

Rynek targów dynamicznie się odbudowuje. Szacuje się, że w roku 2024 branża osiągnie, a nawet przekroczy poziom obrotów z roku 2019.

! Branża targowa generowała rocznie przed pandemią **0,5 mld zł** VAT i zatrudniała ok. **97 tys.** pracowników

Wpływy bezpośrednie obejmują również bezpośrednie wydatki związane z podróżami uczestników (wystawców i zwiedzających) na targi i pobytem w destynacji, w której odbywają się targi. Biorąc pod uwagę charakterystykę sektora targowego, znaczna część tej bezpośredniej działalności odbywa się w różnych sektorach powiązanych z targami. Na przykład w przygotowanie targów i wydarzeń okołotargowych często zaangażowani są pracownicy hotelu, personel bankietowy, personel audiowizualny/inscenizacyjny i techniczny, a także inni usługodawcy kontraktowi będący stronami trzecimi, oferujący usługi rozrywkowe/produkcyjne, wystroju, reklamy i promocji, a także prelegenci i trenerzy. Wszyscy ci pracownicy reprezentują bezpośrednie zawody działające na rzecz targów. Natomiast bezpośrednie wydatki uczestników targów na podróż oraz ich zakwaterowanie podczas wydarzenia wspierają budżet i miejsca pracy dostawców usług w sektorze turystycznym. Chociaż wydatki te mają miejsce w firmach z różnych sektorów przemysłu, wszystkie one reprezentują bezpośrednie wydatki na wystawy i stanowią część bezpośredniego wpływu sektora wystawienniczego.

Oddziaływania pośrednie to wpływy na łańcuch dostaw. Na przykład obiekty, w których odbywają się targi, wymagają nakładów m.in. na energię. Ponadto organizatorzy targów i operatorzy obiektów wystawienniczych zawierają umowy z wyspecjalizowanymi dostawcami usług, takich jak marketing, konserwacja sprzętu, sprzątnięcie, wsparcie technologiczne, księgowość oraz usługi prawne i finansowe.

Warto tu również wspomnieć o wpływach indukowanych, które pojawiają się, gdy pracownicy firm targowych wydają swoje pensje w szerszej rozumianej gospodarce, np. pieniądze na czynsz, transport, jedzenie i napoje oraz rozrywkę.

Wpływ pośredni branży targowej to działalność i obroty oraz poziom zatrudnienia w dół łańcucha dostaw. Przykładem mogą być tutaj miejsca pracy utworzone w fabryce produkującej materiały do budowania stoisk targowych. Szacunkowa roczna liczba stoisk na targach w Polsce to ok. 5 tys., a ich wielkość to przedział między kilkanaście a kilka tysięcy m<sup>2</sup>. Do tego należy dodać jeszcze 2-3 tys. stoisk budowanych przez polskie firmy na targach zagranicą.

Branża targowa w wielu krajach generuje wpływ ekonomiczny w wysokości miliardów euro i przyczynia się do wzrostu eksportu i rozwoju rodzimego biznesu, a rządy, aby ten wpływ na gospodarkę utrzymać wspierają i inwestują w ten niezwykle ważny, a w Polsce niedoceniany sektor.

Podsumowując:

- Targi odgrywają istotną rolę w rozwoju gospodarczym.

<sup>5</sup> Polski rynek targowy 2020 i konsekwencje koronawirusa – Raport Urzędu Statystycznego w Poznaniu

- Dzięki targom branżowym polskie firmy – zwłaszcza MŚP, na których w ponad 70% opiera się polska gospodarka – oraz ich produkty mogą trafić na światowy rynek.
- Targi są dźwignią eksportu oraz nośnikiem polskiej marki i polskich produktów.
- Targi B2B, zwłaszcza międzynarodowe, pozwalają utrzymać pozycję Polski na światowej mapie biznesu.
- Targi to źródło i transfer najnowszej wiedzy i rozwiązań technologicznych oraz innowacji, które są niezbędne, aby rozwijać gospodarkę.
- Targi wywołują tzw. efekt mnożnikowy w innych branżach, m.in. takich, jak: hotele, przewozy, przeloty, gastronomia, reklama. Turyści biznesowi przyjeżdżający na targi pozostawiają na miejscu od 2 000 do 5 000 zł, co nie jest bez znaczenia dla przychodów ww. branż.
- Funkcjonowanie targów to zapewnienie tysięcy miejsc pracy.

## Benefity dla regionów

Organizowanie targów w konkretnym regionie wpływa na jego ścisłe powiązanie z terytorialnym układem społeczno-gospodarczym. Impreza targowa osadzona w lokalnej strukturze gospodarczej oznacza dodatkową sieć sprzężeń i wpływów, stymulując i aktywizując podmioty bezpośrednio i pośrednio związane z branżą targową.

Do powiązań bezpośrednich targów z lokalnym środowiskiem możemy zaliczyć przepływ dóbr, środków pieniężnych, osób oraz informacji między samymi uczestnikami targów. Natomiast przepływ dóbr, środków pieniężnych, osób oraz informacji między uczestnikami targów a innymi podmiotami gospodarczymi danego obszaru - osobami lub instytucjami, z którymi nawiązują oni stałe, doraźne lub przypadkowe kontakty podczas trwania targów stanowią powiązania pośrednie. Następuje aktywizacja lokalnego środowiska biznesu, aktywizacja sfery usług, aktywizacja mieszkańców, w tym młodzieży, aktywizacja samorządu terytorialnego.

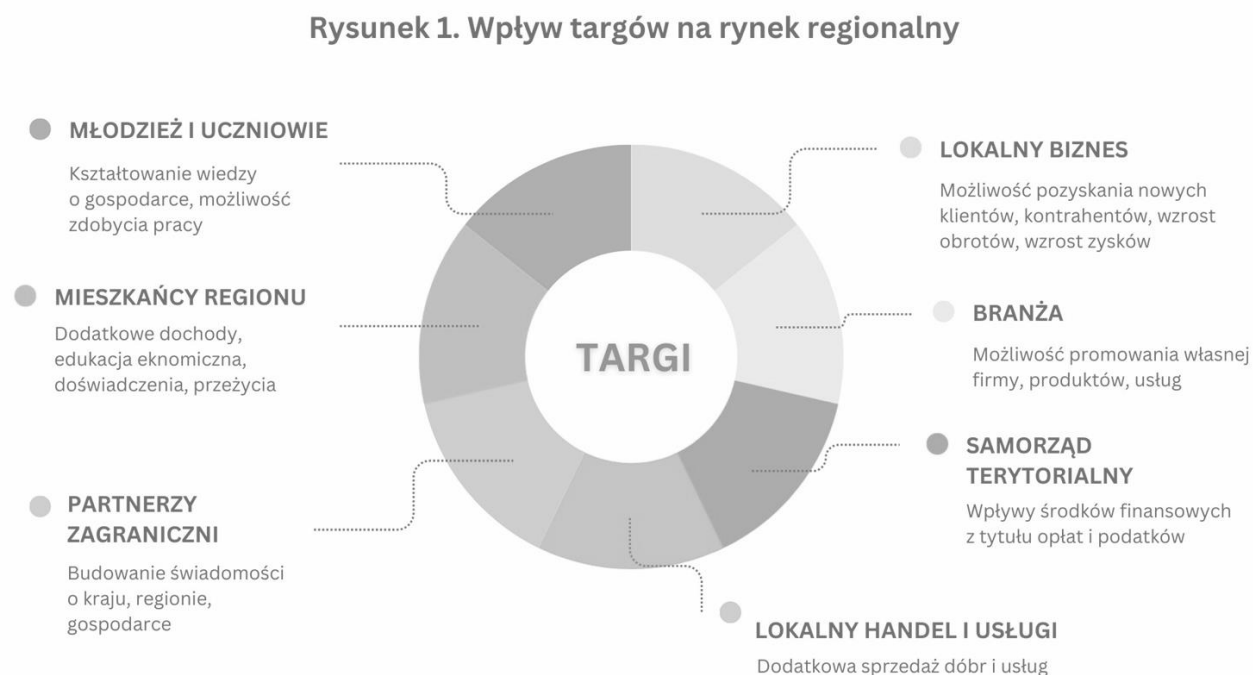
Dzięki targom region pozyskuje dodatkowe środki finansowe, tworzy nowe elementy infrastruktury, pozyskuje nowe technologie i pomysły, a także dodatkowe miejsca pracy, czy ważne informacje biznesowe. Wybrane podmioty rynku lokalnego zwiększają swoje obroty i płacą większy podatek.

Nie można również zapomnieć o wpływie społecznym. Pracownicy firm lokalnych współpracujących z organizatorem targów podnoszą poziom wiedzy, kompetencji i edukacji ekonomicznej, wzrasta profesjonalizm ich działań biznesowych. „Targowa” aktywizacja środowiska to także poszerzanie horyzontów myślowych mieszkańców, większa ich aktywność na polu indywidualnej przedsiębiorczości oraz większe i silniejsze ich utożsamianie się z danym regionem.

! Targi angażując setki, a nawet tysiące osób stają się „centrum wpływów”, weryfikatorem nowych pomysłów, ośrodkiem koordynacji i integracji sektora, centralnym punktem spotkań dla całego środowiska biznesowego regionu.

Patrząc od strony czysto ekonomicznej, czas, w którym odbywają się targi to w regionie czas wzrostu m.in.:

- sprzedaży w handlu detalicznym i gastronomii
- ilości gości hotelowych w placówkach noclegowych
- ilości widzów w kinach, teatrach i innych placówkach kulturalnych
- ilości klientów w transporcie publicznym i prywatnym oraz na parkingach
- zużycia (sprzedaży) energii elektrycznej i ciepłej
- sprzedaży gazet i czasopism
- ilości płatnych ogłoszeń, audycji i programów informacyjno-reklamowych w lokalnych mass-mediach
- sprzedaży krótkookresowych polis ubezpieczeniowych
- ilości zamówionych programów turystycznych i zleceń przewodnickich



## Benefity dla biznesu

W przeciwieństwie do innych działań marketingowych targi oferują firmom szeroką platformę do zaprezentowania swoich produktów, usług i przekazania swojego kluczowego przesłania szerszej publiczności. Umożliwiają zaistnienie i wyróżnienie się poprzez indywidualne zabudowy targowe. Udział w targach umożliwia bezpośrednie spotkanie się z większą liczbą aktualnych i potencjalnych klientów w jednym miejscu i czasie. Umożliwia spotkania kierownictwa najwyższego szczebla z szefami innych firm i organizacji w celu omówienia partnerstwa i wspólnych przedsięwzięć, utrzymania i pogłębienia relacji biznesowych oraz zidentyfikowania nowych szans biznesowych.

Korzyści z udziału w targach jest naprawdę wiele, każdy z uczestników znajdzie z pewnością coś dla siebie, bowiem **Targi to:**







- możliwość spotkania klientów twarzą w twarz
- promocja i rozpowszechnienie wiarygodnych informacji o firmie
- aktywna sprzedaż produktów i usług firmy
- platforma bezpośrednich kontaktów biznesowych
- możliwość zdobycia nowych kontaktów
- aktywne prezentowanie szerokiej publiczności premier i nowości firmy oraz możliwość wprowadzenia ich na rynek w świetle jupiterów
- możliwość zaprezentowania wszystkich możliwości produktu z wykorzystaniem pięciu zmysłów
- sposobność, aby w bezpośrednim kontakcie z klientem rozpoznać jego rzeczywiste potrzeby
- szansa na wykorzystanie PR'u towarzyszącego danej imprezie targowej w promocji firmy, marki, produktu, usługi
- budowanie wśród szerokiej publiczności zainteresowanej daną branżą świadomości marki, utrwalenie pozytywnego wizerunku marki, komunikowanie wartości oraz misji firmy
- możliwość "przedłużenia" promocji prezentowanych produktów /usług - relacje z targów w postaci zdjęć i filmów są dostępne w internecie jeszcze przez wiele miesięcy czy lat po targach
- możliwość nawiązania współpracy z nowymi kontrahentami, partnerami, mediami

- możliwość spotkania się i dyskusji ze specjalistami i autorytetami z branży
- szansa spotkania i poznania nowych ludzi z branży o wspólnych zainteresowaniach oraz dotychczasowych i potencjalnych klientów
- możliwość uzyskania natychmiastowej opinii / reakcji zwiedzających dotyczących prezentowanych produktów i usług; możliwość zabrania sugestii na temat prezentowanego produktu czy usługi
- możliwość poruszenia problemów i przedyskutowania ich z klientami, partnerami, dostawcami, kontrahentami
- sposób na zapoznanie się i ocenę oferty konkurencji oraz na weryfikację swojej pozycji w branży na tle konkurencji
- możliwość przeglądu rynku i branży, śledzenie najnowszych trendów i innowacji
- szansa na znalezienie alternatywnych dostawców, czy docelowych klientów, co pozwoli na ograniczenie liczby pośredników
- możliwość zdobycia wiedzy na temat aktualnych zmian i trendów w branży m.in. poprzez udział w towarzyszących konferencjach, wydarzenia sieciowych, warsztatach, konkursach, seminariach i panelach dyskusyjnych
- możliwość udziału w branżowych konkursach oraz wypromowania produktów poprzez liczne nagrody i wyróżnienia produktów

# TARGI – DRZWI DO ROZWOJU BIZNESU

Targi w Polsce w 2022 roku – statystyki potwierdzone audytem Centrex

Targi	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw.			Specjalna pokazowa (m kw)	Wystawcy		Zwiedzający	Organizator
	Ogółem Total	w tym			ogółem	w tym międzynarodowi		
		kryta	otwarta					
<b>BEDNARY</b>								
<b>AGROSHOW</b> Międzynarodowa Wystawa Rolnicza	330	96	131 501	15 001	635	101	71 315	PIGMiUR
<b>BIELSKO BIAŁA</b>								
<b>ENERGETAB</b> Międzynarodowe Energetyczne Targi Bielskie	6 307	989	5 758	1 283	361	69	5 371	ZIAD
<b>BYDGOSZCZ</b>								
<b>INNOFORM</b> Międzynarodowe Targi Kooperacyjne Przemysłu Narzędziowo-Przetwórczego	1 377	141	21	0	97	10	1 715	Targi w Krakowie
<b>GDAŃSK</b>								
<b>AMBERIF SPRING</b> Międzynarodowe Targi Bursztynu i Biżuterii	2 677	832	0	0	201	60	2 000	AMBER EXPO
<b>AMBERIF AUTUMN</b> Międzynarodowe Targi Bursztynu i Biżuterii	1 819	774	0	0	135	57	2 012	AMBER EXPO
<b>TARGI MIESZKAŃ I DOMÓW</b>	287	0	0	0	33	0	wstęp wolny /free entry	Nowy Adres
<b>TARGI MIESZKAŃ I DOMÓW</b>	356	4	0	0	40	1	wstęp wolny /free entry	Nowy Adres
<b>KARPACZ</b>								
<b>KRIO</b> Ogólnopolski Kongres Optyków oraz Wystawa Optyka	11 758	9 696	2 062	0	248	8	20 619	Grupa MTP
<b>KATOWICE</b>								
<b>EXPO KATOWICE</b> Międzynarodowe Targi Górnictwa, Przemysłu Energetycznego i Hutniczego	9 347	1 297	0	0	215	47	10 593	EXPO Katowice
<b>KIELCE</b>								
<b>4INSULATION</b> Międzynarodowe Targi Izolacji	178	123	0	0	11	6	z/with ENEX	Targi Kielce
<b>AGROTECH</b> Międzynarodowe Targi Techniki Rolniczej AGROTECH	22 697	2 156	3 315	0	344	18	48 330	Targi Kielce
<b>ALUMINIUM &amp; NONFERMET</b>	164	164	0	0	5	4	z/with stom-TOOL	Targi Kielce
<b>AVIATION EXPO Targi Lotnicze</b>	1 388	85	1 300	1 300	271	32	986	Targi Kielce
<b>CONTROL-STOM</b> Targi Przemysłowej Techniki Pomiarowej	662	39	0	0	27	4	z / with stom-TOOL	Targi Kielce
<b>CONTROL-TECH</b> Targi Przemysłowej Techniki Pomiarowej oraz Badań Nieniszczących	386	48	0	0	17	1	z / with METAL	Targi Kielce
<b>DACH FORUM</b> Kongres i Targi Dekarzy, Blacharzy, Cieśli	1 769	120	80	0	45	3	1 547	Targi Kielce
<b>DNI DRUKU 3D</b>	800	71	0	0	27	3	z/with stom-TOOL	Targi Kielce
<b>DENTOPOLIS</b> Festiwal Stomatologii Praktycznej	258	0	0	0	44	0	600	Targi Kielce
<b>DOM OGÓRD I TY</b> Wystawa materiałów i wyposażenia dla domu i ogrodu	1 693	0	969	0	93	0	9 857	Targi Kielce

Targi	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw.			Specjalna pokazowa (m kw)	Wystawcy		Zwiedzający	Organizator
	Ogółem Total	w tym			ogółem	w tym międzynarodowi		
		kryta	otwarta					
<b>DUB IT</b> Festiwal Tuningu	1 065	0	1 828	0	18	0	5 897	Targi Kielce
<b>EKOTECH</b> Targi Ochrony Środowiska i Gospodarki Odpadami	1 234	114	0	0	54	7	z / with ENEX	Targi Kielce
<b>ENEX</b> Międzynarodowe Targi Energetyki i Elektrotechniki oraz Odnawialnych Źródeł Energii	5 824	2 500	247	71	147	62	7 014	Targi Kielce
<b>EXPO SURFACE</b> Targi Technologii Antykorozyjnych oraz Ochrony Powierzchni	786	162	0	0	31	6	z / with stom-TOOL	Targi Kielce
<b>LAS-EXPO</b> Targi Przemysłu Drzewnego i Gospodarki Zasobami Leśnymi	592	219	1 192	30	28	4	z/with AGROTECH	Targi Kielce
<b>LOGISTYKA</b> Międzynarodowe Targi Logistyki	236	0	106	0	22	1	z/with MSPO	Targi Kielce
<b>MBKR</b> Międzynarodowy Kongres Biur Rachunkowych	226	0	0	0	32	1	196	Targi Kielce
<b>METAL</b> Międzynarodowe Targi Technologii I Odlewnictwa 	1 909	454	4	0	178	105	z/with stom-TOOL	Targi Kielce
<b>MSPO</b> Międzynarodowy Salon Przemysłu Obronnego 	16 567	6 415	11 499	4 290	490	254	29 663	Targi Kielce
<b>NECROEXPO</b> Międzynarodowe Targi Branży Pogrzebowej i Cmentarnej	2 696	943	0	0	90	12	1 317	Targi Kielce
<b>NOWA INFRASTRUKTURA</b> Targi Budownictwa Infrastrukturalnego	1 499	246	625	0	50	8	971	Targi Kielce
<b>POLSECURE</b> Międzynarodowe Targi Bezpieczeństwa	2 549	24	915	0	82	2	2 283	Targi Kielce
<b>PLASTPOL</b> Międzynarodowe Targi Przetwórstwa Tworzyw Sztucznych i Gumy 	3 195	91	0	0	357	156	7 403	Targi Kielce
<b>SACROEXPO</b> Międzynarodowa Wystawa Budownictwa i Wyposażenia Kościołów, Sztuki Sakralnej i Dewocjonaliów	3 431	338	66	0	196	22	2 776	Targi Kielce
<b>SLAVIC B2BEAUTY</b> Kontraktacje dla branży kosmetycznej i farmaceutycznej	246	21	0	0	33	2	133	Targi Kielce
<b>SPAWALNICTWO</b> Międzynarodowe Targi Technologii i Urządzeń dla Spawalnictwa	503	89	0	0	21	13	z / with STOM	Targi Kielce
<b>STOM-TOOL</b> Targi Obróbki Metali, Obrabiarek i Narzędzi	11 354	1 798	32	0	333	167	10 018	Targi Kielce
<b>TRANSEXPO</b> Międzynarodowe Targi Transportu Zbiorowego	7 458	1 729	490	104	87	32	2 675	Targi Kielce
<b>WYSTAWA GOŁĘBI I KRÓLIKÓW</b> Okręgowa Wystawa Gołębi Pocztowych / Świętokrzyska Wystawa Gołębi	2 285	0	0	0	280	0	1 932	Targi Kielce
<b>WYSTAWA GOŁĘBI RASOWYCH</b> Krajowa Wystawa Gołębi Rasowych i Drobno Inwentarza	6 228	0	0	0	627	51	2 589	Targi Kielce
<b>KRAKÓW</b>								
<b>BEAUTY FORUM</b> edycja kwiecień	2 246	1 786	0	0	131	2	5 500	Beauty In
<b>BEAUTY FORUM</b> edycja wrzesień	1 928	1 928	0	2246	164	3	5 100	Beauty In
<b>CAVALIADA KRAKOW</b> Międzynarodowe Zawody Jeździeckie	647	647	0	2450	49	2	15 665	Grupa MTP
<b>ENOEXPO</b> Międzynarodowe Targi Wina w Krakowie  	1 024	1 024	0	627	156	98	z / with HORECA	Targi w Krakowie
<b>FASTENER</b> Międzynarodowe Targi Elementów Złącznych i Technik Łączenia 	803	803	0	251	64	41	2 098	Targi w Krakowie

Targi	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw.			Specjalna pokazowa (m kw)	Wystawcy		Zwiedzający	Organizator
	Ogółem Total	w tym			ogółem	w tym międzynarodowi		
		kryta	otwarta					
<b>HORECA / GASTROFOOD</b> Międzynarodowe Targi Wyposażenia Hoteli i Gastronomii Targi Artykułów Spożywczych i Napojów dla Gastronomii	1 818	1 794	24	584	151	23	8 843	Targi w Krakowie
<b>HUNT&amp;FISH EXPO</b> Targi Łowiectwa	906	906	0	234	70	4	3 135	Targi w Krakowie
<b>KOMPOZYT-EXPO</b> Międzynarodowe Targi Materiałów, Technologii i Wyrobów Kompozytowych	1 247	1 247	0	394	115	46	1 260	Targi w Krakowie
<b>KRAKIDENT</b> Międzynarodowe Targi Stomatologiczne w Krakowie	4 859	4 843	16	1055	312	99	8 688	Targi w Krakowie
<b>TARGI KSIĄŻKI</b> Międzynarodowe Targi Książki w Krakowie	3 674	3 674	0	1135	465	11	54 081	Targi w Krakowie
<b>TARGI MIESZKAŃ I DOMÓW</b>	418	383	35	22	44	0	wstęp wolny /free entry	Nowy Adres
<b>TARGI MIESZKAŃ I DOMÓW</b>	257	257	0	12	38	0	wstęp wolny /free entry	Nowy Adres
<b>ŁÓDŹ</b>								
<b>CEDE</b> Środkowoeuropejska Wystawa Produktów Stomatologicznych	2 219	2 219	0	0	117	32	3 810	Exactus
<b>LUBLIN</b>								
<b>AGRO-PARK</b> Targi Rolnicze	5 969	5 860	109	0	97	1	18 900	Targi Lublin
<b>ENERGETICS</b> Targi Energetyczne	1 487	1 455	32	320	88	17	2 950	Targi Lublin
<b>LTPR</b> Lubelskie Targi Piw Rzemieślniczych	501	415	89	400	51	0	4 657	Targi Lublin
<b>LUBDOM</b> Budownictwo Architektura Aranżacje Ogród	951	858	93	712	53	0	3 648	Targi Lublin
<b>MOTO SESSION</b> Targi Motoryzacji	1 962	1 839	123	6928	29	0	6 797	Targi Lublin
<b>ONA &amp; ON</b> Targi Ślubne	739	739	0	44	78	0	1 557	Targi Lublin
<b>WIĘZIENICTWO</b> Konferencja i Targi Służby Więziennej	1 104	1 104	0	0	57	1	700	Targi Lublin
<b>ZOOPARK</b> Lubelska Wystawa Zoologiczna	88	76	12	3570	11	0	11 880	Targi Lublin
<b>POZNAŃ</b>								
<b>2 Międzynarodowe Wystawy Psów Rasowych</b>	1 144	1 135	9	11000	59	4	16 095	Grupa MTP
<b>Festiwal Sztuki i Przedmiotów Artystycznych</b>	881	881	0	496	77	0	4 473	Grupa MTP
<b>BUDMA</b> Międzynarodowe Targi Budownictwa i Architektury	10 998	10 998	0	0	298	100	11 076	Grupa MTP
<b>CARAVANS SALON POLAND</b> Targi Kamperów, Przyczep Kempingowych i Sprzętu Biwakowego	17 159	17 135	24	5959	99	14	19 048	Grupa MTP
<b>CAVALIADA POZNAŃ</b> Międzynarodowe Zawody Jeździeckie	2 251	2 251	0	7079	112	6	17 464	Grupa MTP
<b>CLEANING EXPO</b> Targi Profesjonalnego Utrzymania Czystości	472	472	0	504	29	3	1 042	Grupa MTP

Targi	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw.			Specjalna pokazowa (m kw)	Wystawcy		Zwiedzający	Organizator
	Ogółem Total	w tym			ogółem	w tym międzynarodowi		
		kryta	otwarta					
<b>DREMA</b> Międzynarodowe Targi Maszyn i Urządzeń dla Przemysłu Drzewnego i Meblarskiego  	13 610	12 879	731	0	377	84	6 720	Grupa MTP
<b>EURO TARGET SHOW</b> Targi myślistwa, strzelectwa, survivalu i militariów	2 306	2 306	0	318	90	6	5 905	Grupa MTP
<b>EXPOPOWER</b> Międzynarodowe Targi Energetyki	180	180	0	0	7	1	z/with SAWO	Grupa MTP
<b>FOCAST</b> Forum Odlewnicze	101	101	0	0	11	0	z/with ITM	Grupa MTP
<b>GARDENIA</b> Międzynarodowe Targi Ogrodnictwa i Architektury Krajobrazu	8 357	8 357	0	313	270	56	7 891	Grupa MTP
<b>GOLDEN MARKETING CONFERENCE</b>	6	6	0	0	1	0	288	Grupa MTP
<b>GREENPOWER</b> Międzynarodowe Targi Energii Odnawialnej	1 964	1 964	0	200	71	28	z/with SAWO	Grupa MTP
<b>H2 POLAND</b> Środkowo-Wschodnie Forum technologii wodorowych	473	437	36	1044	53	5	1 153	Grupa MTP
<b>HOBBY</b> 	5 504	80	0	0	98	2	8 553	Grupa MTP
<b>HOME DECOR</b> Biznesowe Targi Wnętrz 	1 551	270	180	180	50	4	10 277	Grupa MTP
<b>INSTALACJE</b> Międzynarodowe Targi Instalacyjne 	5 632	1 953	145	0	138	45	z/with SAWO	Grupa MTP
<b>INTERMASZ</b> Międzynarodowe Targi Maszyn Budowlanych, Pojazdów i sprzętu Specjalistycznego  <b>INFRADEC</b> Rozwiązania dla Budownictwa Infrastrukturalnego	827	0	0	0	12	1	z/with BUDMA	Grupa MTP
<b>ITM INDUSTRY EUROPE</b>  	12 816	5 435	0	0	366	154	10 778	Grupa MTP
<b>KOMINKI</b> Międzynarodowe Targi	243	20	0	0	23	5	z/with BUDMA	Grupa MTP
<b>LOCAL TRENDS</b> Samorządowy Kongres Finansowy / Europejskie Forum Samorządowe	144	26	0	0	13	2	800	Grupa MTP
<b>LOOK BEAUTY VISION</b> Targi Kosmetyczne	3 046	251	0	0	105	10	5 569	Grupa MTP
<b>MEBLE POLSKA</b> Targi Mebli 	15 871	2 293	81	0	175	43	11 491	Grupa MTP
<b>MODERNLOG</b> Targi Logistyki Magazynowania i Transportu	967	27	0	0	33	3	z/with ITM	Grupa MTP
<b>PGA</b> Poznań Game Arena 	7 539	921	0	0	107	14	38 496	Grupa MTP
<b>POLAGRA/ FOOD/ HORECA/ FOODTECH</b>  	4 952	970	129	29	134	40	z/with TAROPAK	Grupa MTP
<b>POLECO</b> Międzynarodowe Targi Ochrony Środowiska  	5 242	511	97	0	152	19	4 490	Grupa MTP
<b>POZNAŃ MOTOR SHOW</b> Targi Motoryzacyjne	6 444	816	2 456	1 600	65	10	43 277	Grupa MTP
<b>POZNAŃ RUN EXPO</b> Bieg Aktywność Motywacja – edycja wiosenna 	432	0	0	0	20	0	17 579	Grupa MTP
<b>POZNAŃ RUN EXPO</b> Bieg Aktywność Motywacja 	263	0	0	0	16	0	11 945	Grupa MTP
<b>POZNAŃSKI SALON OPTYCZNY</b>	140	15	0	0	23	1	118	Grupa MTP

Targi	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw.			Specjalna pokazowa (m kw)	Wystawcy		Zwiedzający	Organizator
	Ogółem Total	w tym			ogółem	w tym międzynarodowi		
		kryta	otwarta					
<b>RETRO MOTOR SHOW</b> Targi Pojazdów Zabytkowych	16 261	95	0	0	134	3	20 287	Grupa MTP
<b>SALMED</b> Międzynarodowe Targi Sprzętu i Wyposażenia Medycznego	1 537	102	0	0	131	12	1 719	Grupa MTP
<b>SAWO</b> Międzynarodowe Targi Ochrony Pracy, Pożarnictwa i Ratownictwa	4 921	2 046	0	0	174	79	13 062	Grupa MTP
<b>SECUREX</b> Międzynarodowe Targi Zabezpieczeń	1 522	398	39	0	93	23	z/with SAWO	Grupa MTP
<b>SMAKI REGIONÓW</b>	1 623	0	0	0	117	0	20 406	Grupa MTP
<b>STONE</b> Targi Branży Kamieniarskiej	2 383	742	0	0	83	39	1 843	Grupa MTP
<b>SUBCONTRACTING</b> Targi Kooperacji Przemysłowej	340	60	0	0	33	5	z/with ITM	Grupa MTP
<b>TRAGI KSIĄŻKI I EDUKACJI</b>	2 990	2 990	0	1540	241	11	41 128	Grupa MTP
<b>TARGI MIESZKAŃ I DOMÓW</b>	983	12	0	0	72	7	wstęp wolny /free entry	Nowy Adres
<b>TARGI MIESZKAŃ I DOMÓW</b>	1 078	28	0	0	75	2	wstęp wolny /free entry	Nowy Adres
<b>TTM</b> Targi Techniki Motoryzacyjnej	4 057	1 620	319	140	140	55	8 328	Grupa MTP
<b>TARGI WINO</b>	419	6	0	0	55	1	983	Grupa MTP
<b>TAROPAK</b> Międzynarodowe Targi Techniki Pakowania i Etykietowania	2 136	599	0	0	99	30	6 661	Grupa MTP
<b>TOUR SALON</b> Targi Regionów i Produktów Turystycznych	1 029	74	260	0	92	14	z/with CARAVANS	Grupa MTP
<b>WIOSENNY TARG OGRODNICZY</b>	799	799	0	39	49	1	3 243	Grupa MTP
<b>VIVA SENIORZY</b> targi produktów i usług dla seniorów	939	0	0	0	78	0	2 475	Grupa MTP
<b>YACHT SALON</b> Targi sprzętu pływającego i sportów wodnych	843	0	0	0	20	0	z/with CARAVANS	Grupa MTP
<b>SOPOT</b>								
<b>CAVALIADA SOPOT</b> Międzynarodowe Zawody Jeździeckie	374	9	0	0	27	1	9 461	Grupa MTP
<b>UŁĘŻ</b>								
<b>ZIELONE AGRO SHOW</b>	12 802	516	0	0	131	3	71 315	PIGMiUR
<b>WARSZAWA</b>								
<b>AUTO-NOSTALGIA</b> Targi Pojazdów Zabytkowych	3 394	0	0	0	43	0	8 763	Grupa MTP
<b>CAVALIADA WARSZAWA</b> Międzynarodowe Zawody Jeździeckie	712	0	0	0	53	0	13 090	Grupa MTP
<b>WARSAW CARAVANING FESTIVAL</b>	0	0	2 862	300	32	0	7 609	Grupa MTP
<b>HEALTH AND BEAUTY</b>	3 467	273	0	0	202	16	8 213	Health and Beauty
<b>AUTOMATICON</b> Międzynarodowe Targi Automatyki i Pomiarów	1 680	320	120	0	115	15	4 534	PIAP Sieć Badawcza
<b>PACKAGING INNOVATIONS</b>	905	232	0	0	72	19	1 605	Targi w Krakowie
<b>POLSKA WIES XXI</b> Europejski Kongres Innowacyjnych Rozwiązań dla Obszarów Wiejskich i Rolnictwa	55	40	0	0	14	8	wstęp wolny /free entry	Grupa MTP

Targi	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw.			Specjalna pokazowa (m kw)	Wystawcy		Zwiedzający	Organizator
	Ogółem Total	w tym			ogółem	w tym międzynarodowi		
		kryta	otwarta					
<b>TARGI MIESZKAŃ I DOMÓW</b>	613	28	0	0	39	3	wstęp wolny /free entry	Nowy Adres
<b>WROCLAW</b>								
<b>TARGI MIESZKAŃ I DOMÓW</b>	429	8	0	0	38	1	wstęp wolny /free entry	Nowy Adres
<b>TARGI MIESZKAŃ I DOMÓW</b>	523	27	0	0	40	2	wstęp wolny /free entry	Nowy Adres
<b>ZAKOPANE</b>								
<b>INRE</b> Investment Real Estate Exhibition	60	16	0	0	9	2	wstęp wolny /free entry	Nowy Adres

## Organizatorzy targów w Polsce – Członkowie PIPT w 2022 r.



## Organizatorzy wystąpień polskich wystawców w targach za granicą – Członkowie PIPT w 2022 r.

Chociaż Misją Polskiej Izby Przemysłu Targowego jest m.in. promowanie targów odbywających się w Polsce i organizowanych przez organizatorów zrzeszonych w PIPT, to należy wspomnieć również, wśród firm członkowskich w Izbie są także organizatorzy wystąpień polskich wystawców w targach za granicą, które są często przedstawicielami największych targów zagranicznych w Polsce.

Firmy te prowadzą szeroko rozumianą działalność promocyjną na rzecz polskich eksporterów, kompleksowo organizując udział w targach i wystawach zagranicznych, w tym grupowe wystąpienia polskich firm, a także ekspozycje indywidualne.



## OBIEKTY TARGOWO-KONFERENCYJNE – MIEJSCE MA ZNACZENIE

Zgodnie z definicją zawartą w Słowniku pojęć branży targowej - Obiekt (kompleks) targowy to *“budynek lub kompleks budynków i budowli dedykowanych organizacji wydarzeń (eventów), w którym mogą odbywać się targi i wystawy i którego operator oferuje uznane branży wysokiej jakości usługi dla targów branżowych (B2B) oraz targów konsumenckich (B2C), w którym także mogą odbywać się innego typu wydarzenia z branży spotkań”*.

Profesjonalne obiekty targowe znajdują się zazwyczaj na dużym terenie, które nazywamy centrum targowym, na którym realizowane są oprócz targów również spotkania biznesowe, zebrania, seminaria, prelekcje, szkolenia, konferencje i kongresy. Centra targowe często składają się z wielu osobnych obiektów, w których znajdują się hale targowe, sale kongresowe, sale szkoleniowe, sale VIP dla spotkań biznesowych, restauracje, a także biura czy magazyny. Na terenach centrów targowych znajdują się również pojemne parkingi.

Polska to największy rynek targowy w obszarze Europy Środkowo-Wschodniej, jej położenie na skrzyżowaniu ważnych szlaków komunikacyjnych sprawia, że jest ona centrum spotkań dla przedsiębiorców i stanowi kluczowy punkt dla międzynarodowego handlu i wymiany gospodarczej. Według światowego raportu „UFI World Map of Exhibition Venues” – opracowywanego regularnie przez UFI globalnego spisu wszystkich obiektów wystawienniczych o powierzchni wystawienniczej brutto wynoszącej co najmniej 5000 m<sup>2</sup> brutto, w Polsce funkcjonuje 16 obiektów targowych o łącznej powierzchni 415 050 m<sup>2</sup>, co plasuje Polskę na 11 miejscu w Europie i 18 na świecie pod względem powierzchni wystawienniczej.<sup>66</sup> Dodając do powyższego kryterium jakości i wagę organizowanych w Polsce targów, **Polska zalicza się do czołówki krajów „targowych” w Europie i jest największym i najsilniejszym ośrodkiem targowym w Europie Środkowo-Wschodniej.**

I Dzięki łącznej powierzchni 415 050 m<sup>2</sup> szesnastu obiektów targowych, Polska jest na 11 miejscu w Europie i na 18 miejscu na świecie pod względem wielkości powierzchni wystawienniczej

Operatorzy największych obiektów targowych w Polsce, na czele z Międzynarodowymi Targami Poznańskimi (Grupa MTP), Targami Kielce, Expo Kraków, AG2 ARENA, AmberExpo, czy Expo XXI, są liderami w tym regionie i mają wiele do zaoferowania. Ośrodki te “przekazując przedsiębiorcom” – na czas licznych branżowych wydarzeń – swoje przestrzenie, stają się platformą, gdzie możliwe jest nie tylko zaprezentowanie przez przedsiębiorców swojej oferty, ale również nawiązanie nowych kontaktów biznesowych, pozyskanie cennych informacji o rynku oraz zdobycie inspiracji do dalszego rozwoju.

Obiekty te zapewniają najwyższy standard usług oraz przestrzenie do organizacji wydarzeń z najnowocześniejszą infrastrukturą. Każdy z wymienionych obiektów ma swój unikalny charakter, wynikający z lokalizacji, historii czy specyfiki organizowanych wydarzeń, co niewątpliwie podnosi ich atrakcyjność.

Wśród kryteriów oceny jest powierzchnia wystawiennicza oraz inne podstawowe informacje i parametry techniczne obiektu, takie jak wejścia, windy towarowe, rodzaj posadzki i nośność podłóg, liczba kondygnacji, dopuszczalne obciążenie stropów. Istotne jest, aby obiekt posiadał ogólnodostępny regulamin techniczny obiektu oraz przepisy w zakresie budowy stoisk, przepisy przeciwpożarowe, przepisy bhp, a także informował o zasadach komunikacji w obiekcie, systemach monitoringu, ochrony i ochrony środowiska. Wystawców targowych interesują także dostępne w obiekcie usługi, takie jak m.in. projektowanie i budowa stoisk, usługi składowania i magazynowania, transportu i przeładunku, sale spotkań. Ważna jest dostępność informacji w języku polskim i innych językach odnośnie planów powierzchni, przepisów w obiekcie, udogodnień, materiałów promocyjnych itd. Zupełnie inną bardzo ważną kwestią jest dostępność komunikacyjna obiektu. Chodzi o parkingi, liczbę miejsc parkingowych, a także odległość od dworca kolejowego, lotniska, przystanków komunikacji miejskiej i taxi. To właśnie ten czynnik może zadecydować o udziale wystawcy w targach organizowanych w danym obiekcie.

<sup>66</sup> [UFI World Map of Venues 2022.pdf](#)

## Obiekty targowo-konferencyjne – Członkowie PIPT w 2022 r.

### CENTRUM WYSTAWIENNICZO-KONGRESOWE AMBER EXPO

ul. Żaglowa 11, 80-560 Gdańsk



Całkowita powierzchnia kryta obiektu: 17 000 m<sup>2</sup>  
Powierzchnia kryta wystawiennicza: 16 103 m<sup>2</sup>  
Całkowita powierzchnia otwarta obiektu: 5 000 m<sup>2</sup>



Źródło: PIPT

### CENTRUM WYSTAWIENNICZO-KONGRESOWE WOJEWÓDZTWA PODKARPACKIEGO

#### G2 ARENA

36-002 Jasionka 953



Całkowita powierzchnia kryta obiektu: 27 276,81 m<sup>2</sup>  
Powierzchnia kryta wystawiennicza: 11 723,00 m<sup>2</sup>



Źródło: PIPT

## MIĘDZYNARODOWE TARGI POZNAŃSKIE MTP

ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań

**mtp**  
GRUPA

Całkowita powierzchnia kryta obiektu: 229 000 m<sup>2</sup>  
**Powierzchnia kryta wystawiennicza:** 104 139 m<sup>2</sup>  
Całkowita powierzchnia otwarta obiektu: 212,5 ha



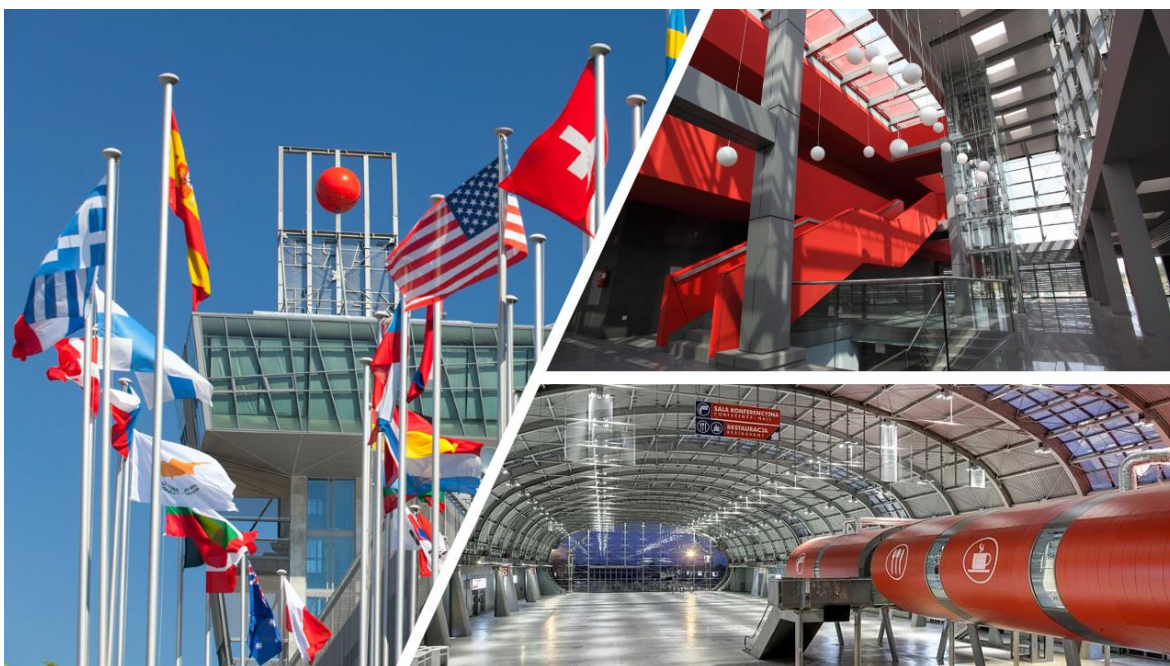
Źródło: PIPT

## TARGI KIELCE S.A.

ul. Zakładowa 1, 25-672 Kielce

  
**Targi Kielce**  
centrum usług i kongresów dla jk

Całkowita powierzchnia kryta obiektu: 90 000 m<sup>2</sup>  
**Powierzchnia kryta wystawiennicza:** 36 000 m<sup>2</sup>  
Całkowita powierzchnia otwarta obiektu: 54 000 m<sup>2</sup>



Źródło: PIPT

**TARGI LUBLIN Sp. z o.o.**

ul. Dworcowa 11, 20-406 Lublin

Całkowita powierzchnia kryta obiektu: 16 370 m<sup>2</sup>  
**Powierzchnia kryta wystawiennicza:** 10 800 m<sup>2</sup>  
 Całkowita powierzchnia otwarta obiektu: 5 000 m<sup>2</sup>



Źródło: PIPT

**TARGI W KRAKOWIE S. Z O.O. EXPO KRAKÓW**

ul. Galicyjska 9, 31-586 Kraków



Całkowita powierzchnia kryta obiektu: 14 000 m<sup>2</sup>  
**Powierzchnia kryta wystawiennicza:** 11 500 m<sup>2</sup>  
 Całkowita powierzchnia otwarta obiektu: 70 000 m<sup>2</sup>



Źródło: PIPT

**WARSZAWSKIE CENTRUM EXPO XXI Sp. z o.o.**



ul. Prądzyńskiego 12/14, 01-222 Warszawa

Całkowita powierzchnia kryta obiektu: 15 200 m<sup>2</sup>  
**Powierzchnia kryta wystawiennicza:** 13 500 m<sup>2</sup>  
Całkowita powierzchnia otwarta obiektu: 5 000 m<sup>2</sup>



Źródło: PIPT

## STOISKA TARGOWE – POTĘGA WYRÓŻNIANIA SIĘ

Jak wynika z badań PIPT, najliczniejszą grupę firm targowych stanowią firmy specjalizujące się w przygotowaniu dla klienta indywidualnej zabudowy targowej. Polskie firmy projektujące i budujące stoiska targowe są uznawane za jedne z najlepszych w Europie. Dzisiaj większość firm zrzeszonych w PIPT realizuje swojej zabudowy w 50-70% zagranicą, głównie w Niemczech, Francji, Hiszpanii, Wielkiej Brytanii oraz we Włoszech. To potwierdza, że projekty polskich firm są oceniane przez zagranicznych wystawców bardzo dobrze. Niemal na każdym wydarzeniu targowym w Europie polskie firmy zdobywają medale za najlepsze stoiska.



Źródło: PIPT

W branży targowej stoisko to więcej niż tylko miejsce, w którym prezentuje się produkty lub usługi. To przestrzeń, która reprezentuje markę i tworzy doświadczenia, które zostają w pamięci klientów, osób odwiedzających targi na długo po opuszczeniu hali targowej. Stoisko to wizytówka firmy i punkt kontaktowy dla potencjalnych klientów i partnerów.

Warto podkreślić, że polskie firmy projektujące i budujące stoiska targowe oraz dostawcy rozwiązań multimedialnych na stoiska uważane są za jedne z najlepszych w Europie. Ich innowacyjność, profesjonalizm oraz dbałość o najdrobniejsze szczegóły przekładają się na wysoką jakość realizowanych projektów, i właśnie jakość tych usług sprawia, że są oni poszukiwani nie tylko na rodzimym rynku, ale również poza jego granicami.

Firmy zrzeszone w Izbie, zajmujące się projektowaniem i budową stoisk targowych świadczą usługi zabudowy targowej standardowej, jak i indywidualnej - tworzonej w oparciu o niepowtarzalny projekt.

Zabudowy standardowe (systemowe) to rozwiązania uniwersalne, które pozwalają na wydajne podejście do prezentacji firmy, produktów czy usług, i które wyróżniają się przede wszystkim prostotą i funkcjonalnością.

Przeciwieństwem zabudowy standardowej są ekspozycje przygotowane na podstawie indywidualnego projektu. Wyróżniający się design, ciekawe kolory, odpowiednie oświetlenie, interaktywne elementy czy unikalna architektura stoiska – wszystkie te rozwiązania zastosowane na stoisku przyciągają oczy odwiedzających. Wysokiej jakości grafiki, atrakcyjne wydruki, kreatywne hasła - wszystko to zaprojektowane i wykonane z dbałością o najmniejszy szczegół ma za zadanie zachęcić jak najwięcej potencjalnych klientów do odwiedzenia stoiska.

Podsumowując, projekty oraz same stoiska targowe przygotowywane przez firmy zrzeszone w PIPT to niezwykle pożądanym towarem eksportowym.

## Konkurs Ekspozycja Roku 2022

Polska Izba Przemysłu Targowego promuje stoiska targowe według indywidualnego projektu. Między innymi organizuje coroczną edycję Konkursu na najlepsze stoisko targowe: „Ekspozycja Roku” w którym jury docenia wyjątkowe realizacje targowe i eventowe oraz wyróżnia najlepszych specjalistów w Polsce w dziedzinie projektowania i budowy ekspozycji.

KONKURS PIPT EKSPOZYCJA ROKU 2022/2023 był pierwszą edycją w nowej, otwartej i dostępnej dla wszystkich formule, w której mogły uczestniczyć zarówno firmy zrzeszone w PIPT, jak i firmy czy osoby spoza Izby.



### Cel i zasięg Konkursu

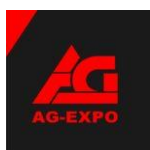
Konkurs „Ekspozycja Roku” organizowany jest dla firm świadczących usługi projektowania i/lub realizacji ekspozycji targowych i eventowych. Uczestnikami Konkursu mogą być zarówno Członkowie Polskiej Izby Przemysłu Targowego, jak i firmy niebędące Członkami Izby.

Celem Konkursu jest propagowanie nowatorskich rozwiązań architektonicznych w wystawiennictwie i działalności eventowej oraz promowanie wysokiej jakości usług w zakresie projektowania i/lub realizacji ekspozycji na targach i eventach oraz ich wykonawców.

Laureaci konkursu EKSPOZYCJA ROKU 2022 oraz ich prace są prezentowane [TUTAJ](#)

Regulamin i informacje dotyczące konkursu są do pobrania [TUTAJ](#).

## Firm projektujące i budujące stoiska targowe – Członkowie PIPT w 2022 r.





H2 messebau



Konarski & Bzowski



TECON SERVICE



## TRANSPORT I LOGISTYKA TARGOWA – PROFESJONALNY PRZEWÓZ EKSPONATÓW



Źródło: PIPT

Spedycja targowa odnosi się do specjalistycznych usług logistycznych, które związane są m.in. z organizacją, załadunkiem, rozładunkiem, przewozem i przechowywaniem eksponatów targowych wystawców oraz wsparciem wykwalifikowanego personelu na miejscu targów. Działa zawsze w tle wydarzenia, niemal niewidoczna dla uczestników, jednak jej rola jest absolutnie kluczowa, umożliwiając płynne funkcjonowanie każdego wydarzenia targowego.

Spedycja targowa jest kluczowym elementem sukcesu każdego targów czy konferencji. Bez odpowiednio zorganizowanej logistyki towarów i materiałów, proces transportu, montażu i demontażu stoisk byłby zbyt skomplikowany i czasochłonny dla wystawców. Każde wydarzenie, niezależnie od skali, wymaga skoordynowanego i niezawodnego systemu spedycji. Wielkość i różnorodność eksponatów mogą stanowić wyzwanie dla logistyki – sztuka, technologia, produkty przemysłowe czy maszyny - wszystko to musi zostać dostarczone, rozładowane, zainstalowane i po zakończeniu wydarzenia, bezpiecznie spakowane i odtransportowane. Spedycja targowa podejmuje te wyzwania, świadcząc kompleksowe i profesjonalne usługi na każdym kroku.

Firmy spedycji targowej – Członkowie PIPT w 2022 r.

**ExpoSped**  
SPEDYCJA TARGOWA - FAIR EXHIBITION LOGISTICS

**HMS**  
MESELOGISTIK

**netlog**  
network logistix

**ruger expo**<sup>TM</sup>

**TRANSMEBLE**  
INTERNATIONAL

**UNIVERSAL**  
**EXPRESS**<sup>®</sup>  
EXHIBITION LOGISTICS

## USŁUGI NA RZECZ TARGÓW – POSTAW NA EKSPERTÓW

Na przestrzeni lat targi ewoluowały z wydarzeń skupiających się głównie na prezentacji produktów i prowadzeniu rozmów biznesowych, do wielowymiarowych przedsięwzięć. Dziś targi to złożone ekosystemy, których funkcjonowanie zależy od wielu czynników.

W organizacji przestrzeni targowej i samych wydarzeń kluczową rolę odgrywają również firmy świadczące różnego rodzaju pozostałe usługi na rzecz targów. Wśród nich możemy wymienić przede wszystkim firmy zajmujące się kompleksowo oprawą multimedialną przestrzeni targowych, pokazów, kongresów i konferencji czy firmy oferujące platformy do zarządzania wydarzeniami online, które pomagają w organizacji targów i konferencji, rejestrację wystawców, zwiedzających, sprzedaż biletów czy komunikację mailową i sms i o wiele więcej.



Źródło: PIPT

Firmy oferujące kompleksową usługę multimedialną oraz IT – Członkowie PIPT w 2022 r.



Wśród firm świadczących usługi na rzecz targów są również firmy dostarczające inne rodzaje wyposażenia na stoiska targowe (meble, dywany) oraz firmy dostarczające hale namiotowe na tereny otwarte targów. Nie można nie wspomnieć również o firmach cateringowych oraz restauracjach, które zapewniają różnorodność oferty kulinarnej, od przekąsek po pełne posiłki, dla gości i uczestników wydarzenia.

Równie ważną rolę pełnią firmy zajmujące się konsultingiem, mediami, marketingiem, PR-em, a także firmy z sektora bezpieczeństwa oraz przedsiębiorstwa zajmujące się tłumaczeniami, oferujące usługi hostess czy wolontariuszy a także usługi utrzymania porządku. Warto tutaj również wspomnieć o usługach takich jak druk, poligrafia, usługi fotograficzne czy filmowe.



Źródło: PIPT

Firmy oferujące inne usługi na rzecz targów – Członkowie PIPT w 2022 r.



Szerokie spektrum ww. usług pokazuje, jak wiele składowych tworzy targi i jak ważne jest wsparcie ekspertów w tych obszarach. Bez nich targi nie mogłyby funkcjonować w tak skuteczny i efektywny sposób, jak ma to miejsce obecnie.

## SŁOWNIK POJĘĆ BRANŻY TARGOWEJ

Przedstawiona definicja OBIEKTU TARGOWEGO pochodzi ze Słownika Pojęć Branży Targowej wydanej przez Polską Izbę Przemysłu Targowego, który można zakupić bezpośrednio na stronie Izby [TUTAJ](#). Jest to pierwszy w Polsce glosariusz pojęć stosowanych w przemyśle targowym. Jego opracowaniu przyświecało kilka celów. Celem nadrzędnym było uporządkowanie i doprecyzowanie najważniejszych terminów z branży oraz objaśnienie ich znaczenia. Drugim celem była edukacja. Publikacja jest źródłem wiarygodnych informacji na temat przemysłu targowego i stanowi kompendium wiedzy, zarówno dla klientów firm targowych, jak i studentów oraz mediów piszących o imprezach targowych i rynku targowym, a także dla wszystkich zainteresowanych imprezami targowymi. Dla zachowania rzetelności definicji przedstawionych w Słowniku zostały one opracowane na podstawie międzynarodowych standardów branży targowej ustalonych przez UFI – Światowego Stowarzyszenia Przemysłu Targowego. Genezę słowa „targi” przedstawił we wstępie Profesor Jerzy Bralczyk. Słownik został wzbogacony rysunkami Henryka Sawki.



Słownik Pojęć Branży Targowej – zamów już dziś na <https://polfair.pl/dla-wystawcow/slownik-pojec-branzy-targowej/>

## ZOSTAŃ CZŁONKIEM POLSKIEJ IZBY PRZEMYSŁU TARGOWEGO



### [Korzyści z członkostwa w Polskiej Izbie Przemysłu Targowego](#)

[Członkowie PIPT](#)

[Opłaty członkowskie](#)

[Statut Polskiej Izby Przemysłu Targowego](#)

[Deklaracja członkostwa](#)



Polska Izba  
Przemysłu  
Targowego