

TARGOWE JUBILEUSZE: 90 lat polskiego wystawiennictwa • 18 lat samorządu targowego

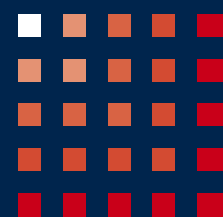
Raport Polskiej Izby Przemysłu Targowego

# TARGI W POLSCE w 2010 roku

- Polski przemysł targowy w 2010 roku
- Obiekty targowo-konferencyjne w Polsce
- Wystawiennictwo i marketing
- Edukacja targowa



Polska Izba  
Przemysłu  
Targowego



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.**

TARGOWE JUBILEUSZE: 90 lat polskiego wystawiennictwa • 18 lat samorządu targowego

## Raport Polskiej Izby Przemysłu Targowego

# TARGI W POLSCE w 2010 roku

- Polski przemysł targowy w 2010 roku
- Obiekty targowo-konferencyjne w Polsce
- Wystawiennictwo i marketing
- Edukacja targowa



Polska Izba  
Przemysłu  
Targowego

**Raport Polskiej Izby Przemysłu Targowego**  
**Targi w Polsce w 2010**

**Wydawca:**

POLSKA IZBA PRZEMYSŁU TARGOWEGO  
ul. Głogowska 26, 60-734 Poznań  
tel. 61 866 15 32, fax 61 866 10 53  
e-mail: [info@polfair.com.pl](mailto:info@polfair.com.pl)  
[www.polfair.pl](http://www.polfair.pl)

**Redaktor naczelna:**

Marzenna Ewa Łukasiewicz

**Zespół redakcyjny:**

Halina Trawa, Jan Studencki, Sławomir Erkiert

**Fot.:** Archiwum

**DTP:**

Studio Wizualizacji GRAPHiZ Poznań

© Polska Izba Przemysłu Targowego, Poznań 2010

# SPIS TREŚCI

Wstęp . . . . .	5
Polskie jubileusze targowe. . . . .	6
<b>Raport</b>	
Dobry, targowy rok. Zachęta dla wystawców i biznesu . . . . .	8
Definicje statystyczne stosowane w Polskiej Izbie Przemysłu Targowego w 2010 roku . . . . .	12
Polski rynek targowy w 2010 r. – statystyki . . . . .	13
Targowa mapa Polski . . . . .	22
Targi w Polsce w 2010 r. – rankingi . . . . .	23
Obiekty targowo-konferencyjne w Polsce. . . . .	28
<b>Wystawiennictwo i marketing</b>	
Więcej targów, więcej imprez, więcej stoisk... wyjątkowych. . . . .	30
Konkursy Polskiej Izby Przemysłu Targowego . . . . .	32
Współczesne targi. Skuteczne narzędzie komunikacji marketingowej . . . . .	33
Marketing targowy. Vademecum wystawcy. . . . .	33
Programy edukacyjne w zakresie marketingu targowego na uczelniach wyższych w Polsce. . . . .	34
<b>Polska Izba Przemysłu Targowego</b>	
Rekomendacje Polskiej Izby Przemysłu Targowego . . . . .	36
Członkowie Polskiej Izby Przemysłu Targowego. . . . .	38
Najważniejsi zagraniczni partnerzy Polskiej Izby Przemysłu Targowego . . . . .	46

## SZANOWNI PAŃSTWO,

Z przyjemnością przekazuję Państwu, pierwszy raz w tej roli, osiemnaste wydanie Raportu Targi w Polsce – najstarszego wydawnictwa polskiego samorządu targowego, ukazującego się regularnie od 1994 roku, wydawanego na początku przez Polską Korporację Organizatorów Targów i Wystaw Gospodarczych wraz z Gazeta Targową, następnie przez Polską Korporację Targową, a od 2007 roku po dziś dzień przez sukcesorkę Korporacji – Polską Izbę Przemysłu Targowego.

Tegoroczna edycja Raportu jest wyjątkowa. Zasadniczą część Raportu tradycyjnie stanowią potwierdzone audytem CENTREX (Międzynarodowego Związku Statystyk Targowych) dane statystyczne targów zorganizowanych przez członków Polskiej Izby Przemysłu Targowego w 2010 roku. Jednakże rok 2011, w którym wydajemy naszą kolejną publikację, jest rokiem polskich jubileuszy targowych: 90-lecia polskiego wystawiennictwa i Międzynarodowych Targów Poznańskich oraz 18-lecia polskiego samorządu targowego. Poświęcimy tym rocznicom chwilę należytej refleksji, a potem przedstawimy i skomentujemy wydarzenia targowe ubiegłego roku, który był dla polskich targów bardzo dobry: przyniósł im znaczący wzrost głównych parametrów opisujących ich gospodarczą aktywność (wynajętej powierzchni targowej, liczby obecnych na nich wystawców i zwiedzających) w porównaniu z rokiem 2009.

W 2010 roku klienci polskich targów – w liczbie 27 876 wystawców (przyrost o +5%) i 1 013 846 zwiedzających (+15%), spotykali się na ekspozycjach targowych o łącznej powierzchni 678 065 mkw. (+18%!) podczas 227 wydarzeń targowych zorganizowanych przez 21 organizatorów zrzeszonych w PIPT. To potwierdzenie istotnej poprawy koniunktury gospodarczej w Polsce w minionym roku! To także dowód na wzrost świadomości przedsiębiorców, szczególnie z małych

i średnich firm odnośnie znaczenia targów jako najskuteczniejszego instrumentu komunikacji biznesowej i marketingu. Cieszymy się, że lepsza kondycja finansowa firm i większe budżety marketingowe pozwoliły im na zakup odpowiedniej powierzchni i budowę takich stoisk, które umożliwiały odpowiednie przygotowanie kontaktów biznesowych.

Organizatorzy targów i operatorzy obiektów targowych ze swej strony postarali się o lepszą organizację targów i atrakcyjną ich formułę, a przede wszystkim dostosowali zakres i jakość świadczonych usług do rosnących wymagań klientów. Oni oraz pozostałe firmy targowe – przedsiębiorstwa projektujące, budujące i wyposażające stoiska targowe, firmy transportu i spedycji targowej oraz innych usług dla targów – zaoferowali wystawcom i zwiedzającym swoje kompetencje, doświadczenie i kreatywność. Najlepsi spośród projektantów i budujących stoiska targowe naszej Izby zostali wyróżnieni w konkursach Lider Usług Targowych i Stoisko Roku. Prężnie rozwijające się targi i przedsiębiorstwa targowe otrzymały znak „Rekomendacja PIPT”. Im wszystkim również poświęciliśmy uwagę w niniejszym Raporcie.

Wystawcy i zwiedzający korzystali z nowoczesnej infrastruktury w nowych i 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. Zawartą w Raporcie prezentację aktywności obiektów targowo-konferencyjnych polecamy również Państwu uwadze.

Korzystając z okazji chciałbym także zachęcić Państwa do odwiedzenia strony internetowej Polskiej Izby Przemysłu Targowego [www.polfair.pl](http://www.polfair.pl), na której prezentowane są dane statystyczne i informacje zawarte w Ra-



porcie, statystyki targowe z poprzednich lat, a także wiele praktycznych informacji o polskich targach, całej branży i osiągnięciach naszej 18-letniej organizacji polskiego samorządu targowego.

W imieniu wszystkich członków Polskiej Izby Przemysłu Targowego pragnę wyrazić nadzieję, iż Raport PIPT Targi w Polsce w 2010 roku zyska zainteresowanie nie tylko wystawców i zwiedzających z kraju i zagranicy, ale także polskich władz państwowych, samorządów lokalnych, mediów i wszystkich, którzy dobrze życzą polskiemu rynkowi targowemu – coraz dojrzalszemu, choć dopiero 90-letniemu. Uznaniem znaczenia naszego sektora dla całej polskiej gospodarki niechaj będzie wstępna deklaracja Głównego Urzędu Statystycznego uwzględnienia danych dotyczących polskiego wystawiennictwa w kolejnych wydaniach polskiej statystyki.

W głębokim przekonaniu, iż osiągnięcie wieku dojrzałości przez polski samorząd wystawienniczy reprezentowany przez Polską Izbę Przemysłu Targowego (1993 – 2011) pozwoli odnaleźć się w nim również i tym spośród organizatorów imprez targowych w Polsce i posiadaczy obiektów wystawienniczych, którzy do tej pory jeszcze poza nim pozostali, chciałbym ich wszystkich serdecznie doń zaprosić. Tylko razem potrafimy – jestem o tym przekonany – uzmysłowić władzom naszego kraju, centralnym i samorządowym, znaczenie naszego sektora dla pomyślnego rozwoju gospodarczego Polski, jej regionów i jej przedsiębiorców w zjednoczonej Europie.

Niechaj rok 2011 przyniesie nam wszystkim, tak jak i Polsce, umocnienie się pozytywnych trendów gospodarczych ujawnionych w zakończonym 2010 roku.

**dr Andrzej Byrt**  
Prezes Rady  
Polskiej Izby Przemysłu Targowego

# POLSKIE JUBILEUSZE TARGOWE

Alojzy Kuca

**Rok 2011, który otwiera drugą dekadę XXI wieku, jest czasem ważnych, polskich jubileuszy targowych. Może nie wszystkie rocznice będą w tym roku okrągłe, ale wszystkie są znaczące, bo jesteśmy spadkobiercami polskiej tradycji targowej i przejęliśmy dorobek naszych poprzedników. W upamiętnieniu tych rocznic wyraża się nasz szacunek i stosunek do przeszłości. I do własnego, targowego rodowodu.**

## Targi Poznańskie mają 90 lat

Dziewięćdziesiąt lat temu, 28 maja 1921 roku, otwarto pierwszy Targ Poznański. Jest to data symboliczna, od której zaczyna się historia polskiego wystawiennictwa w Niepodległej Rzeczypospolitej, która po 123 latach niewoli odzyskała polityczną wolność. Ale historia polskich targów jest dłuższa od historii niepodległego Państwa Polskiego, ponieważ kiedy w listopadzie 1918 roku świętowano narodziny wolnej Polski, polskie wystawy gospodarcze miały już stuletnią tradycję.

**Idea polskich targów w Poznaniu pojawiła się w 1917 roku podczas zjazdu Związku Towarzystw Kupieckich w Poznaniu, który zrzeszał kupców z Wielkopolski i Pomorza Gdańskiego. W marcu 1920 roku Zjazd Delegatów Towarzystw Kupieckich wystąpił już z konkretną propozycją urządzenia w Poznaniu targów na wzór targów lipskich. Podobne plany mieli kupcy i fabrykanci w kilku innych miastach, w tym Gdańska. Argumenty poznańskich kupców miały wielką wagę: *Wskutek nowego ukształtowania się granic oraz toczącej się jeszcze wojny z Sowietami na wschodzie, życie gospodarcze zostało odcięte od naturalnych terenów importu i eksportu. Zdevastowana przez wojnę światową Polska zmuszona jest tworzyć nowe warsztaty pracy i reorganizować zniszczone. Wobec hasła zjednoczenia gospodarczego Polski i wykazania się międzydzielnicową produkcją rodzimą, postanowiono urządzić w Poznaniu na wiosnę roku 1921 pierwszy targ wzorów.***

Dla nowych targów proponowano kilka nazw, w tym „Kontrakty Poznańskie”, „Wystawa Wzorów Przemysłu” lub „Jarmark”. Ostatecznie zdecydowano się na Targ Poznański, nazwany później Targami Poznańskimi, a od 1925 roku Międzynarodowymi Targami Poznańskimi. Dwa lata później MTP wstąpiły do UFI i w 1930 roku były nawet gospodarzem Kongresu Statutowego Związku Targów Międzynarodowych. Dlatego mają tytuł członka-założyciela UFI.

Najnowsze dzieje Poznańskich Targów są powszechnie znane. Ale szczególnego podkreślenia wymaga jedna z historycznych misji MTP: Poznańskie Targi stały się wzorem dla wszystkich organizatorów targów, które powstały w procesie transformacji polskiej gospodarki po 1990 roku. Najstarsze i największe targi w Polsce, lider polskiego rynku targowego, wprowadziły polskie targi do rodziny targów europejskich. To była społeczna misja. MTP mają ogromne zasługi w rozwoju polskiego przemysłu targowego i samorządu targowego w Polsce. Ostatecznie ukształtowały rynek targowy w Polsce według najwyższych standardów.

## Rodowód polskich targów. Od 160 lat organizujemy targi.

W tym roku obchodzimy kolejny jubileusz, bowiem 190 lat temu, w 1821 roku, odbyła się w Warszawie, w byłym Królestwie Polskim, pierwsza wystawa rolniczo-przemysłowa, zdominowana przez Polaków. Ta wystawa, i kilka następnych, odbyły się jeszcze z dekretu rosyjskiego namiestnika, ale po 1861 roku inicjatywę organizowania polskich wystaw przejęło polskie społeczeństwo przez swoje instytucje i organizacje. Wcześniej, bo w 1850 roku, z inicjatywy hrabiego Tytusa Działyńskiego, urządzono w Poznaniu w Pałacu Działyńskich przy Starym Rynku, pierwszą polską wystawę maszyn rolniczych. Czyli dokładnie od 160 lat Polacy samodzielnie i systematycznie organizują targi i wystawy gospodarcze.

Mimo, że w XIX wieku, w okresie triumfu narodów uczestniczących w światowych wystawach, Polski nie było na mapie świata, to Polacy odnosili wielkie sukcesy na prawie wszystkich wystawach. Ekspansja targowa Polaków w czasach niewoli była ogrom-

na. Wystawy i targi światowe były najskuteczniejszą polską dyplomacją, kiedy nie mieliśmy ministerstwa spraw zagranicznych.

W 1851 roku (kolejna rocznica) na pierwszej Wielkiej Wystawie Przemysłowej Wszystkich Narodów w Londynie polski wynalazca przedstawił nowatorskie urządzenie do druku i kontroli biletów kolejowych, za co otrzymał specjalne wyróżnienie. Na wystawie w Paryżu w 1867 roku było aż 317 polskich wystawców ze wszystkich zaborów. Również w Paryżu w 1885 roku, a Francja była wtedy mocarstwem targowym, Julian Ochorowicz, wynalazca termomikrofonu telefonicznego odniósł wielki sukces, a za swoje aparaty telefoniczne otrzymał złote medale na targach w Antwerpii i Petersburgu.

Przed stu laty zaczęto budować stałe tereny targowe ze specjalnymi pawilonami wystawowymi, które odtąd nieustannie rozbudowywane i modernizowane, stawały się przykładami najwyższego kunsztu architektonicznego oraz techniki i technologii inżynierijnej. Dziś targi w Polsce idą dokładnie tym samym tropem. Nowe hale targowe w Poznaniu, Warszawie, Kielcach i te w Gdańsku, które powstaną, są w awangardzie architektury publicznej.

### **Polski samorząd targowy ma 18 lat**

Na początku lat 90-tych nikt nie wiedział, ile mamy w Polsce targów, organizatorów i wystawców. Efektem uwolnionego rynku był spontaniczny i żywiołowy rozwój rynku targowego, jedynej wówczas branży o takiej dynamice. Każdego roku prawie dwustu organizatorów urządziło ponad 500 targów i wystaw. Imprezy targowe otwierano wszędzie, gdzie się dało: w świetlicach, salach gimnastycznych, nawet w salach katechetycznych i namiotach.

Narodziła się więc idea powołania samorządu targowego, żeby się przede wszystkim policzyć, poznać i podjąć próbę uporządkowania tego rynku. Jestem pomysłodawcą tej idei, którą wsparł ówczesny podsekretarz stanu w Ministerstwie Handlu Zagranicznego, dziś prezes MTP – dr Andrzej Byrt, który przekonał prezesa Międzynarodowych Targów Poznańskich do podjęcia i zrealizowania tej inicjatywy.

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 prezesem został, nieżyjący już, Stanisław Laskowski, prezes Międzynarodowych Targów Poznańskich. Po jego śmierci w 1996 roku, Walne Zgromadzenie Polskiej Korporacji Targowej powierzyło stanowisko prezesa Bogusławowi Zalewskiemu, również ówczesnemu szefowi MTP.

Polska Korporacja Targowa, bo taką ostatecznie przyjęła nazwę, to znakomity i niezwykle owocny okres samorządu targowego. To za czasów PKT powstały wszystkie, istniejące do dziś 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. Byliśmy wówczas najaktywniejszym samorządem targowym w Europie. Corocznie wydawaliśmy „Raport Targi w Polsce” oraz terminarz „Targi w Polsce”. Badaliśmy i opisywaliśmy naturę targów, wystawców i zwiedzających – tworzyliśmy podstawy marketingu targowego.

**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 żywe kontakty z zagranicznymi i międzynarodowymi organizacjami przemysłu targowego, jak: CENTREX – Międzynarodowy Związek Statystyk Targowych Europy Środkowowschodniej i AUMA – Stowarzyszenie Niemieckiego Przemysłu Targowego. Jest członkiem UFI – Światowego Stowarzyszenia Przemysłu Targowego, bierze aktywny udział i wspiera realizację projektów uznanych przez międzynarodowe środowisko ekspertów targowych za istotne dla rozwoju targów na świecie.**

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)

# DOBRY, TARGOWY ROK. ZACHĘTA DLA WYSTAWCÓW I BIZNESU

Alojzy Kuca

**To był dobry rok dla targów, wystawców oraz biznesowych gości. A przede wszystkim dla naszej gospodarki. Jesteśmy jedyni, którzy w zestawieniu z najważniejszymi rynkami targowymi w Europie uzyskali znaczący wzrost we wszystkich parametrach statystyki targowej w porównaniu z rokiem 2008 i 2009.**

A to były najgorsze lata w ostatnim dziesięcioleciu, akurat w pierwszej dekadzie XXI wieku. Wystarczy spojrzeć, żeby docenić rezultaty ostatniego roku:

Targi w latach 2007 -2010

	2007	2008	2009	2010
Liczba targów	216	222	206	227
Powierzchnia targowa w mkw.	639 771	719 188	576 559	678 065
Liczba wystawców ogółem	30 261	32 033	26 519	27 876
W tym zagranicznych	5 277	5 467	4 421	4 108
Liczba zwiedzających	1 001 001	1 053 335	883 330	1 013 846

Powierzchnia targowa wzrosła o prawie 18 %, liczba wystawców o 5%, a zwiedzających o 15 %. Nie ma lepszych wskaźników opisujących optymizm przedsiębiorców, jak statystyka targowa, ponieważ w targach biorą udział firmy o długofalowej strategii. W ubiegłym roku budowali większe stoiska, bo eksponowali większą ofertę i spodziewali się większej liczby partnerów.

Warto wiedzieć do czego dążymy. Żeby obraz polskich targów, i naszej przedsiębiorczości, był klarowny, a cele jasne – pokazujemy w tym zestawieniu:

	1997	1998	2001	2010
Liczba targów	283	285	238	227
Powierzchnia targowa w mkw.	824 271	927 331	643 630	678 065
Liczba wystawców ogółem	42 548	43 262	30 470	27 876
Liczba zwiedzających	1 889 187	1 888 886	1 008 358	1 013 846

## Jak czytać raporty targowe?

Prawdą jest, że statystyki targów nie tworzą. Są rodzajem kardiogramu, czytelny tylko dla specjalistów, ale bardzo ważnego dla prognozowania przyszłości i kondycji. Ale raport targowy ma ogromną siłę perswazyjną i jest instrumentem marketingowym, kiedy dane statystyczne ujawniają wzrosty sprzeda-

nej powierzchni, liczby wystawców i zwiedzających. To twardy argument na rzecz targów, bo dla wystawców i zwiedzających są zachęcającym drogowskazem. Targi mają zawsze lepszą kondycję, niż ich statystyczny obraz. Oczywiście, liczba wystawców jest ważna, ale ważniejsza jest ich siła nabywcza, czego żadne statystyki targowe nie ujawniają. Ponadto, co najważniejsze, współczesne targi, zwłaszcza w Polsce, przeżywają poważną, strategiczną i strukturalną przemianę. Dostosowując się do globalnej gospodarki - zmieniają swoją misję. Targi w Polsce są w okresie historycznej ewolucji.

Przed wszystkim raporty targowe, opracowane przez Polską Izbę Przemysłu Targowego, są sprawozdaniami profesjonalnymi, po weryfikacji i audycie danych statystycznych, potwierdzonych przez CENTREX – Międzynarodowy Związek Statystyk Targowych. Nie jest to raport o wszystkich targach, ponieważ dotyczą tylko targów monitorowanych przez Izbę, czyli około połowy imprez w Polsce, ale ponad 80% krajowego rynku targowego. Z natury rzeczy opisują rzeczywistość, która była, więc tak naprawdę jest to dokument historyczny. Dziś, pół roku później, mamy już inną rzeczywistość gospodarczą i targową niż w 2010 roku. Wiadomo, że produkcja przemysłowa wzrosła, a eksperci bankowi twierdzą, że przemysł ostatecznie pokonał kryzys, bo wyniki są wyższe niż dwa lata temu. O ponad 10 proc. wzrosła również produkcja budowlana, a przemysł i budownictwo to dziś najważniejszy napęd naszej gospodarki. Dla targów jest to z pewnością dobry znak.

Za najważniejsze zjawiska targowe w 2010 roku należy uznać rosnącą jakość i profesjonalizm organizatorów i przedsiębiorstw usług targowych, wzrost kultury obsługi klientów biznesowych oraz poszerzającą się liczbę tematów targowych. Targi w Polsce obrały zdecydowany kurs na kreacje i innowacje. Są wyjątki, ale kurs wyznaczają liderzy przemysłu targowego. Źródłem wzmacniającej się kondycji polskich targów jest bez wątpienia lepsza promocja i marketing targowy. Promocja procentuje. Nawet Pan Bóg potrzebuje bicia w dzwony – jak mówią spece od reklamy.



## Rynek targowy w Polsce 2010

Targi w Polsce mają ogromny potencjał wystawienniczy, ponad miarę naszego potencjału gospodarczego, ale zdecydowanie mają za mało wystawców.

Wartość naszego rynku targowego, oszacowana w połowie 2009 roku przez zespół Centrum Eksperatów Gospodarczych Fundacji Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, to ok. 1 mld zł. Tyle pieniędzy wydają na targi w Polsce tylko wystawcy i zwiedzający, z czego 53% to udział wystawców. Uwzględniając efekt tzw. rozszerzenia, czyli przychody hoteli, gastronomii, tak-sówkarzy, miast targowych itp. oraz zwiększonych podatków z tego tytułu - dobijamy do kwoty ok. 5 mld zł. Wartość znacząca w gospodarce, ale brak komplementarnych badań sprawia, że targi w Polsce są nadal niedoszacowane, bo generują znacznie wyższe przychody. Przede wszystkim brak badań jakościowych, które trudno ująć statystycznie, choć wszyscy wiedzą, że targi zmieniają jakość gospodarki i biznesu.

Wzrosły też przychody i zyski ośrodków targowych. Międzynarodowe Targi Poznańskie podwyższyły o 10% przychody, ale kwota zysku brutto wzrosła już o 50%. W Poznaniu o 45% większa była wynajęta powierzchnia wystawiennicza i o 13% więcej wystawców. To ogromny postęp w porównaniu z 2009 r., kiedy MTP zajmowały 43,19% krajowego rynku targowego sprzedając 249 tys. m<sup>2</sup> powierzchni z liczbą 9 865 wystawców. MTP rozszerzyły też swój rynek wykupując 30% akcji w Międzynarodowych Targach Lubelskich. To ekspansja na południowy wschód Polski, który jest targowo bardzo silny. Tegoroczna Budma, sztandarowa impreza Poznańskich Targów, gościła 900 wystawców w 15 pawilonach na 26 tys. m<sup>2</sup>. Ekspozycję zwiedziło 42 tys. osób. Gdyby MTP żyły tylko z Budmy byłyby na trzecim miejscu w rankingu najlepszych firm targowych w Polsce.

Porównując targowe statystyki 2009 i 2010 należy jednak pamiętać, że w latach parzystych odbywają się targi organizowane w cyklu dwuletnim. Stąd 2009 rok nie jest najlepszą bazą do porównań.

Zdecydowanie poprawiły swoją kondycję i wizerunek kolejne w polskim rankingu ośrodki targowe. Targi w Krakowie powiększyły swój zysk o 13%. Natomiast Murator Expo zwiększył liczbę wystawców o 56% i liczbę zwiedzających o 37%. Może jest to niewiele w liczbach bezwzględnych (1 243 wystawców i 86 262 zwiedzających w 2009 roku), ale postęp jest znaczący. Międzynarodowe Targi Gdańskie zapisały na plusie o 8% wyższe przychody. Targi Kielce, dotąd najbardziej dynamiczne targi w kraju, zgodnie z logiką biznesu wyhamowały. To reguła zrównoważonego rozwoju.

### Rozbudowa i modernizacja

Targi w Polsce to wielki plac budowy. Największy jest w Poznaniu, potem w Kielcach. Do 2013 roku Targi Kielce powiększą swój potencjał z dotychczasowych 36 tys. m<sup>2</sup> do 47 tys. Obroną się Targi w Krakowie, które

mają już projekt nowego pawilonu. Międzynarodowe Targi Łódzkie w 2012 roku zaplanowały do użytku nowe centrum konferencyjno-wystawiennicze o powierzchni 5,7 tys. m<sup>2</sup> Warszawskie Targi MT Polska, nowiuteńskie, mają w planie dodatkowy pawilon i nowe 6 800 m<sup>2</sup> powierzchni do dyspozycji wystawców. Gdańsk, z nowym zarządem, będzie mocno akcentował swoją obecność na targowej mapie Polski. Zapowiada się intrygująca rywalizacja.

W branży budowlanej poznańska Budma jest poza wszelką konkurencją. W porowach jest piąta w Europie, stabilnie na 7. pozycji. I jeszcze Taropak, w którym uczestniczy 600 firm z 30 krajów. Tu należy być, jeśli prowadzi się biznes z dłuższą perspektywą na ogólnopolską i globalną skalę. Regionalne targi budowlane, bardzo ważne dla tego biznesu, są niezastąpione w oferowaniu materiałów i usług dla lokalnego rynku. Bliska usługa, tani transport, wszyscy się znają.

Targi Kielce wypromowały dwie znakomite marki: Plastpol i Międzynarodowy Salon Przemysłu Obronowego. Dorobkiem Krakowa, jest Krakdent, świetna marka i najlepsze w Polsce Targi Książki. Murator Expo koncentruje się na targach nieruchomości, ale w 2010 roku niespodziewanie wszedł w rynek książki w Warszawie. Z dużym powodzeniem, bo Ars Polona, która miała monopol na międzynarodowe targi książki, po 55 latach zrezygnowała ze swoich targów. W 2009 roku miała jeszcze 300 tys. zysku, ale już w 2010 - 700 tys. straty z targów. W Gdańsku to międzynarodowe, wręcz światowe, targi bursztynu. Amberif i Ambermart. To dobre targi wpisane w rządowy projekt promocji polskiej gospodarki. I też budują nowe tereny targowe.

O targach turystycznych można mówić w nieskończoność. Warszawa, Poznań, Łódź, Kielce i właściwie wszystkie targi w Polsce.

### Kontekst zagraniczny

Wszystkie targi w Europie mają się gorzej. Kryzys dotkliwie im szkodzi. Mają dłuższą od nas tradycję, lepsze doświadczenie, ale gorzej sobie radzą. W targowym centrum w Niemczech odnotowano spadek udziału targów w narodowej gospodarce. Podobnie jest we Włoszech i Hiszpanii. Mamy wielkie szanse być liderem w tej części Europy. Nasi konkurenci, czyli Czechy, Węgry i Słowacja wyraźnie słabną. Warto wystawiać się w Polsce. To obiecujący rynek. Czechy, wykupione przez niemieckie Targi w Dusseldorfie, stawiane za wzór, straciły w ostatnich trzech latach z 780 tys. m<sup>2</sup> do 540 m<sup>2</sup> ekspozycji w 2010 roku. Ubyło im ponad 4 tys. wystawców, a zwiedzających aż o 400 tysięcy osób. Nam nie ubywa.

### Prognozy

Ile mamy w kraju firm i jaka jest ich struktura i natura to strategiczna wiedza dla przemysłu targowego. Pozwala określić liczbę potencjalnych wystawców i rozmiar rynku targowego.

Według GUS mamy w kraju ponad 3,9 mln zarejestrowanych firm. I w tym miejscu zaczyna się fikcja statystyczna, bo GUS liczy tylko firmy zarejestrowane, nawet te jednodniowe, i nie wykreśla firm zlikwidowanych. Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, opierając się na danych z ZUS, bo działająca firma musi opłacać składki, wyliczył, że działających firm mamy prawie 1, 8 mln. Tę liczbę potwierdza Ministerstwo Finansów, które ma informacje ile firm płaci podatki. Od tej liczby należy odjąć tzw. samozatrudnienie, bo w znacznej części to nie jest własna działalność gospodarcza, tylko tak chcą pracodawcy, którym odpada płacenie ZUS i poza-płacowe koszty zatrudnienia. Z różnych źródeł wynika, że firm - przedsiębiorstw, które twórczo rozwijają swoją działalność i zatrudniają pracowników jest około miliona. I do nich adresowane są targi, co w pewnym stopniu potwierdza liczba zwiedzających w targowych statystykach. Definicja przedsiębiorstwa jest bardzo szeroka, ale należy przyjąć, że mamy w Polsce ponad 100 tys. firm o wybitnie rynkowym, czyli targowym charakterze. I to jest nasz rynek wystawców, tyłu mamy potencjalnych wystawców w Polsce. Zdecydowana większość z nich to małe i średnie przedsiębiorstwa. Tak, jak widać to na targach. Jest ich ponad 80 % w naszej gospodarce. I te firmy są adresatem naszej informacji, promocji i edukacji targowej.

Często porównujemy się z Niemcami, jeśli chodzi o targi, bo to największy i najbardziej prestiżowy rynek targowy w Europie. Mimo tamtejszych koncernów - gigantów, będących bardzo często wizytówką Niemiec, to jednak małe i średnie przedsiębiorstwa są „solą” niemieckiej gospodarki. Ich liczbę szacuje się na blisko 3.6 mln, i stanowią 99% wszystkich niemieckich firm. Blisko połowa tych podmiotów działa w branży usług, 30% w przemyśle, a niespełna 20% w handlu. Dlatego w niemieckich targach każdego roku uczestniczy ponad 176 tys. wystawców, z czego trzecia część to wystawcy zagraniczni, a tamtejsze targi zwiedza ponad 10 mln osób.

### Sojusz z wystawcami i zwiedzającymi

Misją targów jest optymizm, bo pomaga napędzać aktywność gospodarczą i inwestycje w biznesie. W targi nie wierzą tylko ludzie cierpiący na depresję biznesową. I zadufani w sobie.

Tymczasem targi dają szansę pomnożyć swoje dotychczasowe osiągnięcia. Są bardzo skutecznym rynkiem biznesowym i marketingowym. Unikalnym miejscem na prezentację nowych produktów i marek. Tak było od zawsze. Zwiększają sprzedaż przez bezpośrednią prezentację oferty rynkowej. Wzmacniają pozycję firmy, bo w osobistym kontakcie i natychmiast, na neutralnym gruncie, dają możliwość przekazywania informacji o swoich produktach i zdobywania nowych kontrahentów. Na świecie skuteczność targów bada się systematycznie i na różne sposoby. W Polsce ostatnie takie badanie przeprowadził Pentor w 2005 roku na zlecenie Polskiej Korporacji Targowej. Wyniki są porównywalne:

- 68% przybywa na targi, aby zobaczyć nowości,
- 57% odwiedza targi w celu zdobycia aktualnej informacji o ofercie rynkowej przed podjęciem decyzji o zakupie,
- 30% odwiedza targi w poszukiwaniu nowych pomysłów,
- 73% uznaje wizytę na targach za przydatną w podejmowaniu decyzji o zakupie.

Ponad 80% zwiedzających uznaje targi za najważniejszy instrument informacji o najnowszej ofercie rynkowej, której nie ma jeszcze w marketach. Dla projektantów, dizajnerów, architektów, technologów i inżynierów produkcji jest to ogromna inspiracja osobista i zawodowa. W tym roku targi pozyskały nowy argument: kredyty na innowacje, ponieważ skończyły się dotacje na inwestycje. Technologii innowacyjnych nie kupuje się w marketach. Od innowacji są właśnie targi.

### Czas na rewitalizację

Wydawało się, że w XXI wiek wejdziemy jako nowe mocarstwo targowe w Europie. U progu XXI wieku dobijaliśmy do 2 milionów zwiedzających rocznie, prawie milion m2 sprzedanej powierzchni ekspozycyjnej, ponad 43 tys. wystawców. Nasze ambicje ostudził rok 2000, który okazał się najgorszym z dotychczasowych. Pierwszy raz w historii odczuliśmy skutki światowego kryzysu. Już nie było wątpliwości, że mamy wolny rynek i jesteśmy częścią globalnej gospodarki kapitalistycznej. Odtąd sytuacja w światowej gospodarce będzie decydowała o kondycji polskich targów. Nauczyliśmy się z tym żyć i odebraliśmy lekcję jak sobie radzić w kryzysie. Nie przekonaliśmy jednak przedsiębiorców, że targi są najkrótszą drogą do skutecznego biznesu, którego istotą jest wymiana informacji z dwóch stron rynku i komunikacja pomiędzy partnerami rynkowymi.

Paradoksalnie, co podkreśla prof. Manfred Busche, legenda światowych targów - kryzys wzmocnił popyt na funkcję komunikacyjną targów. Coraz więcej ofert spotyka się na rynku, coraz więcej produktów i usług jest oferowanych i jednocześnie otwierają się nowe rynki. Wzmacnia to konieczność szerszej informacji i większej komunikacji. Ponieważ żaden inny instrument komunikacji i marketingu nie jest szybszy, pewniejszy, praktyczniejszy i jednocześnie bardziej osobisty niż właśnie targi, dlatego będziemy mieli do czynienia ze wzrostem gospodarki targowej. A więc z całą pewnością nowe media informacyjne nigdy nie zastąpią dialogu, jaki umożliwiają targi.

Targi są źródłem przedsiębiorczości, bo inspirują do nieustannej aktywności gospodarczej. Istotą każdej imprezy targowej jest przecież konkurencyjność ofert. Dla konkurencyjnych firm jest to niezwykle cenny aspekt targów. Najlepsza okazja do oceny własnej pozycji na rynku i projektowania kierunków rozwoju. Dlatego targi mają swoje zasługi w kreowaniu kultury biznesu.

Rynkowy umysł i zmysł użyteczności są największymi sojusznikami targów. Im więcej będzie tych walorów w ekonomii i gospodarce – tym potężniejsze będą polskie targi.

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.

## DEFINICJE STATYSTYCZNE

STOSOWANE W POLSKIEJ IZBIE PRZEMYSŁU TARGOWEGO W 2010 ROKU

## 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 wynajęta dzieli 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, płatny 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 obciążając 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 voucherów, 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 powtórnych (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 powtórnych.

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

## ORGANIZATORZY TARGÓW W POLSCE W 2010 R. (TABELA STATYSTYK TARGOWYCH STR. 13–20)

- 1 Demuth Alfa sp. z o.o. Ostróda s.k.a., ul. Grunwaldzka 55, 14-100 Ostróda, tel. +48 89 647 78 00, fax +48 785 854 511
- 2 easyFairs Poland sp. z o.o., ul. Centralna 41a, 31-586 Kraków, tel. +48 12 651 95 20, fax +48 12 651 95 22
- 3 Exactus s.j., al. Kościuszki 17, I p., 90-418 Łódź, tel. +48 42 632 28 66, fax +48 42 632 28 59
- 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 Maxpol PPH sp. z o.o., ul. Hoża 86, 00-682 Warszawa, tel. +48 22 628 06 21, fax +48 22 621 03 73
- 7 Międzynarodowe Centrum Targowe sp. z o.o., ul. Finlandzka 10, 03-903 Warszawa, tel. +48 22 617 30 42, fax +48 22 616 110
- 8 Międzynarodowe Targi Gdańskie S.A., ul. Beniowskiego 5, 80-382 Gdańsk, tel. +48 58 554 92 00, fax +48 58 552 21 68
- 9 Międzynarodowe Targi Katowickie sp. z o.o., Bytkowska 1b, 40-955 Katowice, tel. +48 32 789 91 00, fax +48 32 254 02 27
- 10 Międzynarodowe Targi Lubelskie S.A., ul. Dworcowa 11, 20-406 Lublin, tel. +48 81 534 46 14, fax +48 81 534 92 95
- 11 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
- 12 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
- 13 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
- 14 Polska Technika Górnicza S.A., ul. Budowlanych 168, 43-100 Tychy, tel. +48 32 323 42 10, fax +48 32 323 42 22
- 15 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
- 16 Targi Kielce S.A., ul. Zakładowa 1, 25-672 Kielce, tel. +48 41 365 12 22, fax +48 41 345 62 61
- 17 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
- 18 Targi w Krakowie sp. z o.o., ul. Centralna 41a, 31-586 Kraków, tel. +48 12 644 81 65, fax +48 12 644 61 41
- 19 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
- 20 Zarząd Targów Warszawskich S.A., ul. Puławska 12a, 02-566 Warszawa, tel. +48 22 849 60 06, fax +48 22 849 35 84
- 21 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

Nazwa targów	Cykl*	Liczba dni	Ogółem				Calkowita powierzchnia targowa netto w m kw.				Wystawcy				Zwiedzający		Organizatorzy targów	
			Ogółem	Kryta		Otwarta		Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym zagranica	Liczba krajów	Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym piacący		
				Calkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw.														Specjalna pokazowa w m kw.
				Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym zagranica											
<b>Bielsko Biala</b>																		
ENERGETAB 23. Międzynarodowe Energetyczne Targi Bielskie	1	3	15974	11127	586	4867	161	0	0	0	16	635	50	1928	0	19		
REKREACJA Targi Produktów Turystycznych i Wyposażenia Sportowego	1	3	692	492	36	0	0	200	0	0	3	58	2	458	0	19		
<b>Bydgoszcz</b>																		
Targi Nieruchomości 1	2x	2	350	350	0	0	0	0	0	0	1	46	0	wstęp wolny	0	15		
Targi Nieruchomości 2	2x	2	373	373	0	0	0	0	0	0	1	51	0	wstęp wolny	0	15		
<b>Gdańsk</b>																		
AMBERIE Międz. Targi Bursztnu, Bizutenii i Kamieni Jubilerskich	1	4	5310	5010	873	0	0	300	0	0	15	437	71	6134	0	8		
AMBERMART Międzynarodowe Targi Bursztnu	1	3	1152	1152	294	0	0	0	0	0	4	119	20	2579	593	8		
BALIDENTICA – Bałtycka Wystawa Materiałów i Sprzętu Stomatologicznego	1	3	816	816	0	0	0	0	0	0	1	78	0	1457	0	3		
BALT – MILITARY – EXPO	2		2808	1956	499	532	0	320	0	0	13	124	27	3952	0	8		
BALTPIEK Targi Piekarnstwa, Cukiernictwa i Lodziarstwa	1	3	1520	871	21	0	0	649	0	0	2	64	2	3374	1045	8		
URODA Targi Kosmetyczne i Fryzjerskie	1		1626	961	60	2	0	663	0	0	2	107	1	6257	2804	8		
CIEPLY BALTYP Targi Inwestycji Hotelarskich	1	3	631	412	0	12	0	207	0	0	1	33	0	z BALTPIEK	0	8		
MILECZNA REWIA Targi Mleczarskie	2	3	725	595	15	0	0	130	0	0	2	41	1	wstęp wolny	0	8		
GASTROEXPO Targi Wyposaż. i Zaopatrzenia Obiektów Gastron. Hoteli i Sklepów	1	3	578	528	24	0	0	50	0	0	2	43	1	z BALTPIEK	0	8		
GOŁĘBIE Międzynarodowe Targi Golębi Poczтовых i Akcesoriów	1	2	1193	363	72	5	0	825	0	0	3	45	8	2344	1760	8		
GTT Gdańskie Targi Turystyczne	1	3	2366	1329	115	109	0	928	0	0	8	238	15	9146	3312	8		
KAJAK EXPO Salon Łodzi Turystycznych i Rekreacyjnych	1	3	486	331	0	0	0	155	0	0	1	15	0	z GTT	0	8		
TECHNICON-INNOWACJE Targi Techniki Przemysłowej, Nauki i Innowacji	1	2	855	665	12	0	0	190	0	0	2	59	1	2487	0	8		
<b>Gdynia</b>																		
WIATR i WODA Targi Sportów Wodnych i Festiwal Żeglarski	1	4	2513	417	36	1927	0	169	0	0	3	114	4	10537	4994	13		
<b>Katowice</b>																		
AUTOSALON / AUTOSERWIS Międzynarodowe Targi Motoryzacyjne / Targi Techniki Motoryzacyjnych	1	3	10926	916	24	100	0	9910	0	0	2	67	1	3903	3542	9		
DREMASILESIA-MEBELTECHEXPO Targi Maszyn i Narzędzi do Obróbki Drewna	1	3	1702	1602	297	0	0	100	0	0	5	59	8	1419	986	11		
FLOWERTARG Targi Roślin Ozdobnych i Architektury Ogródów	1	3	438	195	15	243	0	0	0	0	2	32	1	z TARGBUD	0	9		
GLOB Międzynarodowe Targi Turystyki, Sprzętu Turystycznego, Żeglarskiego i Sportowego	1	3	2637	1539	237	162	0	936	0	0	14	206	32	4991	4267	9		
GOŁĄB Międzynarodowe Targi Golębi Pocztowych	1	2	2532	28	0	4	0	2500	0	0	1	9	0	wstęp wolny	0	9		

Nazwa targów	Cykl*	Liczba dni	Ogółem	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw.						Wystawcy			Zwiedzający		Organizatorzy targów
				Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw.			Specjalna pokazowa w m kw.			Liczba krajów	Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym piacący	
				Kryta	W tym zagranica	Otwarta	Ogółem	W tym zagranica	Ogółem						
										Ogółem	W tym zagranica	Ogółem			
HPS Międzynarodowe Targi Hydrauliki, Pneumatyki, Sterowania i Napędów	2	3	2633	2448	213	53	0	132	13	145	33	1534	1209	9	
INTERECO-ECODOM Targi Technologii Ekologicznych, Pomiaru i Oszczędz. Ciepła oraz Źródła Energii	1	3	372	88	0	152	0	132	1	21	0	z TARGBUD		9	
OPTON Międzynarodowe Targi Optoelektroniki i Fotoniki	1	3	397	231	6	0	0	160	2	22	1	218	154	9	
Śląskie Targi Stomatologiczne	1	2	342	342	0	0	0	0	1	50	0	wstęp wolny		20	
SWEETTARG Śląskie Targi Piekarnicze, Cukiernicze i Lodziarskie	1	3	1066	1066	0	0	0	0	1	40	0	865	469	9	
TARGBUD Targi Budownictwa Mieszkaninowego, Modernizacji i Wykończenia Wnętrz	1	3	999	787	17	212	0	0	3	84	2	3673	3412	9	
<b>Kielce</b>															
AGROTECH Międzynarodowe Targi Techniki Rolniczej	1	3	27075	22901	1012	4174	83	0	17	456	21	41447	21197	16	
ALARM Konferencja i Wystawa Monitoringu Wizyjnego	1	2	1057	657	0	0	0	400	1	24	0	1650	0	16	
ALUMINIUM & NONFERMET Międzynarodowe Targi Aluminium i Technologii, Materiałów i Produktów Metalu Nieżelaznych	1	3	274	274	99	0	0	0	7	24	12	z METAL		16	
AUTOSTRADA-POLSKA Międzynarodowe Targi Budownictwa Drogowego	1	4	22064	8027	1222	13086	1093	951	20	482	69	20253	11902	16	
PIEKNE WNĘTRZE Targi Wyposażenia i Wystrój Wnętrz	1	3	955	702	0	253	0	0	1	75	0	4954	2918	16	
KIELCE BIKE-EXPO Międzynarodowe Targi Rowerowe	1	3	2894	2526	412	0	0	368	6	63	6	3156	790	16	
CZAS DZIECKA Targi Artykulów dla Małki i Dziecka	1	3	3130	1399	100	387	0	1344	3	89	4	8330	2770	16	
CONTROL-STOM Targi Przemysłowej Techniki Pomiarowej	1	3	205	205	38	0	0	0	7	20	11	z STOM		16	
CONTROL-TECH Targi Przemysłowej Techniki Pomiarowej	1	3	317	317	25	0	0	0	9	40	10	z METAL		16	
DOM Ogólnopolskie Targi Materiałów Budownictwa Mieszkaninowego i Wyposażenia Wnętrz	1	3	4622	3093	0	1539	0	0	1	223	0	19117	9777	16	
EDUKACJA Targ Edukacyjne	1	3	2679	2166	12	8	0	505	2	163	1	10832	4615	16	
EKOTECH Targi Ekologiczne, Komunalne, Surowców Wtórnych, Utylizacji i Recyklingu	1	3	619	598	21	21	0	0	6	38	9	z ENEX i ENEX - Nowa Energia		16	
ENEX; ENEX Nowa Energia Międzynarodowe Targi Energetyki, Targi Odnawialnych Źródła Energii	1	3	2322	1938	125	44	0	340	6	160	21	6007	0	16	
EURO-LIFT Międzynarodowe Targi Dźwigiów	1	3	1968	1968	713	0	0	0	14	106	47	2281	784	16	
EXPOSITO Europejski salon technologii dla Muzeów, Konserwacji Zabytków i Dziedzictwa Narodowego	1	2	452	166	23	0	0	286	3	28	2	3903	0	16	
EXPO-SURFACE Targi Technologii Antykorozyjnych oraz Ochrony Powierzchni	1	4	449	348	21	0	0	101	3	32	2	z STOM		16	
GASTRO-TECH /DRINK-PLUS Targi Wyposażenia dla Piekarnstwa, Gastronomii i Przemysłu Przetwórczego	1	3	618	528	0	0	0	90	1	34	0	1728	290	16	
GLASS-TECH Międzynarodowe Targi Produkcji, Obróbki i Technologii Szkła oraz Ceramiki	1	3	116	116	6	0	0	0	2	11	1	z DOM		16	
INTERKAMIEN Międzynarodowe Targi Kamienia i Maszyn Kamieniarskich	1	3	441	441	9	0	0	0	2	38	1	z DOM		16	
Międzynarodowa Wystawa Psów	1	2	8007	364	0	0	0	7643	1	33	0	5252	5252	16	
KIELCE BUSINESS FASHION Targi Mody i Wzornictwa	1	3	112	106	12	6	6	0	3	14	3	z MODNY ŚLUB		16	

Nazwa targów	Cykl*	Liczba dni	Ogółem	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw.						Wystawcy				Zwiedzający		Organizatorzy targów
				Kryta			Otwarta			Specjalna pokazowa w m kw.	Liczba krajów	Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym piacący	
				Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym zagranica	Ogółem								
									Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym zagranica		
KIELCE SPORT ZIMA – Międzynarodowe targi: Branzy Sportowej i Outdoorowej	2x	4	7792	7597	281	0	0	0	195	8	218	8	2397	211	16	
KIELCE SPORT LATO – Międzynarodowe targi: Branzy Sportowej i Outdoorowej	2x	3	7607	6285	235	694	0	628	8	146	7	1474	100	16		
LAS-EXPO Targi Przemysłu Drzewnego i Gospodarki Zasobami Leśnymi	1	3	1465	544	0	921	0	0	0	1	36	0	z AGROTECH	16		
LOG-EXPO Targi Magazynowania, Spedycji i Logistyki	1	3	149	149	17	0	0	0	0	3	15	2	z EURO-LIFT	16		
LOGISTYKA Międzynarodowe Targi Logistyczne	1	4	1339	1228	55	111	0	0	0	7	52	7	z MSPO	16		
MASZBUD Międzynarodowe Targi Maszyn Budowlanych i Pojazdów Specjalistycznych	1	4	5691	1156	467	3652	310	883	13	111	38	z AUTOSTRADA	16			
METAL Międzynarodowe Targi Techniki dla Odlewnictwa	1	3	2886	2878	487	8	0	0	0	20	248	138	2640	1206	16	
MODNY ŚLUB Ogólnopolskie Targi Ślubne	1	3	1233	923	34	0	0	310	3	88	5	4673	1775	16		
MSPO Międzynarodowy Salon Przemysłu Obronnego	1	4	18957	12 656	2008	6301	645	0	25	248	89	12787	3062	16		
MSD-EXPO Targi Motocykli, Skuterów, Quadów	1	3	14411	1076	0	25	0	13310	1	24	0	3497	2961	16		
MTS Międzynarodowe Targi Spółdzielcze	1	3	155	107	0	48	0	0	1	15	0	z GASTRO-TECH	16			
OPTEXPO Międzynarodowe Targi Optyki, Optometrii i Okulistyki	1	3	175	175	16	0	0	0	2	15	1	z REHIMED-EXPO	16			
OGRÓD I TY Targi Ogrodnicze i Działkowe	1	3	1951	230	0	1721	0	0	1	61	0	z DOM	16			
PLASTPOL Międzynarodowe Targi Przetwórstwa Tworzyw Sztucznych	1	4	10202	9944	4150	258	31	0	30	680	353	16772	9805	16		
PNEUMATICON Targi Pneumatyki, Hydrauliki, Napędów i Sterowań	1	3	459	419	18	0	0	40	5	43	4	z ENEX i ENEX – Nowa Energia	16			
Praca, Kariera, Rozwój	1	1	56	56	0	0	0	0	1	13	0	1514	0	16		
REHIMED-EXPO Targi Rehabilitacji i Lecznictwa Uzdrawiskowego	1	3	1166	1148	0	0	0	18	1	80	0	2668	0	16		
ROTRA Międzynarodowe Targi Transportu Drogowego	1	3	585	535	6	50	0	0	2	28	6	z EURO-LIFT	16			
SACROEXPO Międzynarodowa Wystawa Budownictwa i Wyposażenia Kościołów, Szuki Sakralnej i Dewocjonalistów	1	3	4036	3606	409	86	0	344	15	284	34	4827	0	16		
SHOWEXPO Międzynarodowe Targi Muzyki, Tańca i Rozrywki	1	3	688	288	57	0	0	400	4	25	5	1044	0	16		
SPORT-OBIEKT Wystawa Wyposażenia i Budowy Obiektów Sportowych	1	2	1158	748	0	10	0	400	1	25	0	z ALARM	16			
STOM Salon Technologii Obróki Metali	1	3	2846	2834	333	12	0	0	21	213	97	3622	0	16		
Świętokrzyska Wystawa Gołębi, Drobiu i Krolików	1	2	4648	1896	0	0	0	2752	1	172	0	2163	2163	16		
Targi Pracy	1	1	485	485	0	0	0	0	1	69	0	1001	0	16		
TIL Targi Technologia i Infrastruktura Lotnisk	1	4	220	220	27	0	0	0	2	14	3	z AUTOSTRADA	16			
TIWS Targi Infrastruktury Wodno-Ściekowej	1	3	1629	1535	0	4	0	90	1	95	0	2438	1451	16		
TRAFFIC-EXPO Międzynarodowe Targi Infrastruktury	1	4	991	811	234	180	0	0	4	42	9	z AUTOSTRADA	16			
TRANSEXPO Międzynarodowe Targi Lokalnego Transportu Zbiorowego	1	3	7816	6895	766	921	0	0	11	153	29	4182	1129	16		
VENUS Salon Medycyny Estetycznej, Artykułów Fryzjerskich i Kosmetycznych	1	3	531	501	39	0	0	30	4	54	4	z DOM	16			
VOYAGER Świętokrzyskie Targi Turystyki / AGROTRAVEL	1	3	2616	2568	96	0	0	48	6	107	6	z DOM	16			
SPAWALNICITWO Międzynarodowe Targi Technologii i Urządzeń dla Spawalnictwa	1	3	414	414	15	0	0	0	3	28	3	z STOM	16			
TWOJE 4 KĄTY Świętokrzyskie Targi Mieszkańcowie i Inwestycyjne	1	3	299	289	0	10	0	0	1	33	0	z PIĘKNE WNEŹRZE	16			

Nazwa targów	Cykl*	Liczba dni	Ogółem		Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw.						Wystawcy				Zwiedzający		Organizatorzy targów
			Liczba krajów	Ogółem	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw.		Specjalna pokazowa w m kw.		Ogółem	Liczba krajów	Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym placacy			
					Kryta	Otwarta	Ogółem	W tym zagranica									
															W tym zagranica	W tym zagranica	
<b>Kraków</b>																	
EDU.PL Targi Edukacyjne w Krakowie	1	3	1449	1225	66	0	0	224	8	196	7	9520	4118	18			
ENDEXPO Międzynarodowe Targi Wina w Krakowie	1	3	618	510	216	0	0	108	9	130	77	z HORECA	18				
EUROTOOL/BLACH-TECH-EXPO Targi Obróbki, Łączenia i Powlekania Blach	1	3	4342	4152	323	130	0	60	13	266	53	6521	1382	18			
FOOD-to-GO Targi dla Małej Gastronomii i Systemów Jedzenia na Wynos	1	2	823	774	9	0	0	49	2	67	1	676	0	2			
HORECA / GASTROFOOD Międzynarodowe Targi Wyposażenia Hotelu i Gastronomii / 8. Targi Artykułów Spożywczych i Napojów	1	3	2462	2342	51	0	0	120	10	180	26	9706	3551	18			
KOMPOZYT-EXPO Targi Kompozytów, Technologii i Maszyn do Produkcji Materiałów Kompozytowych	1	2	714	510	38	81	0	123	10	66	15	1378	410	18			
KRAKDENT Targi Stomatologiczne w Krakowie	1	3	4917	4067	129	0	0	850	18	270	55	10876	5052	18			
MUSIC MEDIA Targi Instrumentów Muzycznych, Sprzętu Muzycznego, Scenicznego i Oświetleniowego	1	3	1625	1257	133	80	0	288	3	58	12	2281	1830	18			
SPA & WELLNESS Targi Wyposażenia, Usług SPA & Wellness	1	3	1002	802	77	0	0	200	5	80	4	1052	549	18			
SYMAS/Maintenance	1	2	798	735	171	0	0	63	8	72	15	604	0	2			
Targi Książki w Krakowie	1	4	3557	3188	14	0	0	369	4	453	3	31557	19053	18			
TUNING SHOW Tuning Show w Krakowie	1	2	3992	3492	0	0	0	500	1	218	0	7317	6407	18			
<b>Leszno-Wilkowice</b>																	
ROLTECHNIKA Wystawa Maszyn i Urządzeń Rolniczych	1	2	6575	0	0	1575	0	5000	1	24	0	13618	10953	11			
<b>Łódź</b>																	
DENTEXPO ŁÓDŹ Targi Stomatologiczne	1	2	633	633	9	0	0	0	2	64	1	1402	1097	20			
GAMES & TOYS Targi Gier i Zabawek	1	3	1429	839	60	27	0	563	2	66	1	4910	3025	5			
INTERBUD Targi Budownictwa	1	4	6194	4432	24	772	0	990	3	356	2	15673	11113	5			
KARDIOLOGIA I. Nowoczesne Leczenie Zaburzeń Rytmu Serca	2x	1	34	34	0	0	0	0	1	6	0	288	93	5			
KARDIOLOGIA II. Poštepy Kardiologii Klinicznej	2x	1	90	90	0	0	0	0	1	20	0	605	0	5			
REHABILITACJA Targi Sprzętu Rehabilitacyjnego oraz Sprzętu dla Osób Niepełnosprawnych	1	3	5880	4555	104	69	0	1256	11	256	33	8367	2704	5			
Ogólnopolski Salon Dekarski	1	2	1164	773	51	60	0	331	3	47	3	1967	472	5			
VETMEDICA Targi Medycyny Weterynaryjnej	1	2	731	321	16	50	0	360	3	48	3	652	560	5			
<b>Łosień</b>																	
EURO-RZEPAK Wystawa Maszyn i Urządzeń do Produkcji i Przetwórstwa Rzepaku	1	2	287	0	0	287	0	0	1	16	0	wstęp wolny	11				
<b>Lublin</b>																	
AGROPARK Targi Rolnicze	1	2	3476	332	0	3004	0	140	1	95	0	3127	1823	10 i 11			
AUTOSALON Targi Motoryzacyjne	1	2	2986	2198	0	302	0	486	1	41	0	6293	4381	10			
EDEN Targi Ogrodnicze	1	3	1148	1028	20	0	0	120	2	57	1	4013	3461	10			



Nazwa targów	Cykl*	Liczba dni	Ogółem	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw.						Wystawcy				Zwiedzający		Organizatorzy targów
				Kryta			Otwarta			Specjalna pokazowa w m kw.	Liczba krajów	Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym placacy	
				Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym zagranica							
										Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym zagranica	
EDUKACJA Targi Edukacyjne	1	2	798	644	0	0	0	154	0	116	0	12 155	0	0	10	
ENERGETICS Lubelskie Targi Energetyczne	1	3	1485	1224	0	15	0	246	0	107	0	3009	0	0	10	
LUBDOM Lubelskie Targi Budowlane	2x	3	3329	2896	0	433	25	0	197	1	7298	6898	3477	0	10	
LUBDOM JESIENI ARANZACJE Targi Budowlane / Targi Mebli i Wyposażenia Wnętrz	2x	3	1221	1071	0	150	12	0	2	114	1	3699	3477	0	10	
LUBMED Lubelskie Targi Medyczne	1	2	1159	599	10	10	0	550	2	71	3	1234	0	0	10	
LUBSACRO Lubelskie Targi Sakralne	1	3	776	686	4	0	0	90	2	74	1	942	0	0	10	
LUBTECH Targi Techniki Motoryzacyjnej	1	2	1425	799	0	121	0	505	1	41	0	1437	0	0	10	
Targi Pracy	1	1	253	253	79	0	0	0	9	56	14	5000	0	0	10	
TARGI ŚLUBNE Targi Usług Ślubnych i Okolicznościowych i Salon Mody i Urody	1	2	910	828	16	18	0	64	2	108	2	2733	2711	0	10	
<b>Ostróda</b>																
MTM Wiosenne Targi Meblowe	2x	5	8254	8254	491	0	0	0	5	97	5	9207 <sup>®</sup>	0	0	1	
MTM Jesienne Targi Meblowe	2x	2	7547	7532	190	15	0	0	3	96	2	11 975 <sup>®</sup>	0	0	1	
<b>Poznań</b>																
AKTYWNI 50+ Targi dla Ciebie	1	2	1062	632	0	0	0	430	1	65	0	1468	1365	0	11	
AQUA-ZOO Targi Akwariystyczne	1	3	742	592	0	0	0	150	1	23	0	6134	4653	0	11	
ARENA DESIGN	1	4	6365	1680	23	0	0	4685	4	78	6	z HOME DECOR	11794	0	11	
ART FESTIVAL Festiwal Sztuki i Przedmiotów Artystycznych	1	3	2271	2271	42	0	0	0	7	396	9	12915	11794	0	11	
AUTOMA Międzynarodowe Targi Automatyki i Aparatury Kontrolno-Pomiarowej	1	3	665	645	0	20	0	0	1	27	0	z EXPOPOWER	7970	0	11	
BOAT SHOW Targi Żeglarsstwa i Sportów Wodnych	1	3	6521	3629	30	0	0	2892	4	171	3	13542	7970	5	11	
BODY STYLE Salon Biełizny i Mody Płazowej	2x	3	126	126	0	0	0	0	1	6	0	z NEXT SEASON	11794	0	11	
BODY-STYLE Salon Biełizny i Mody Płazowej	2x	3	272	242	36	0	0	30	3	13	2	z NEXT SEASON	11794	0	11	
BTS Targi Obuwia, Skóry i Wyrobów Skórzanych	2x	3	813	813	311	0	0	0	7	53	11	z NEXT SEASON	11794	0	11	
BTS Targi Obuwia, Skóry i Wyrobów Skórzanych	2x	3	987	875	250	0	0	112	9	61	15	533	11	0	11	
BUDMA Międzynarodowe Targi Budownictwa	1	4	25446	24518	5288	928	61	0	29	928	278	41313	30767	0	11	
BUMASZ Międzynarodowe Targi Maszyn Budowlanych i Drogowych, pojazdów i Sprzętu Budowlanego	2	3	5014	4093	698	921	23	0	14	118	36	z BUDMA	30767	0	11	
CAVALLADA	1	3	1536	1536	68	0	0	0	25	70	6	6853	5349	0	11	
Centrum Budownictwa Sportowego	1	4	2966	2718	200	98	0	150	8	92	12	z BUDMA	5349	0	11	
CEDE Środkowoeuropejska Wystawa Produktów Stomatologicznych	1	3	8848	8451	718	0	0	397	13	282	47	13026	10080	0	3	
DREMA Międzynarodowe Targi Maszyn i Narzędzi do Przemysłu Drzewnego i Meblarskiego	1	4	18573	16106	2204	2367	210	100	17	357	109	17071	292	0	11	

Nazwa targów	Cykl*	Liczba dni	Ogółem	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw.						Wystawcy			Zwiedzający		Organizatorzy targów
				Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw.			Specjalna pokazowa w m kw.			Liczba krajów	Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym piacący	
				Kryta	W tym zagranica	Otwarta	Ogółem	W tym zagranica	Ogółem						
EPLA Międzynarodowe Targi Przetwórstwa Tworzyw Sztucznych i Gumy	1	4	457	457	27	0	0	0	0	3	25	2	1048	25	11
EURO-REKLAMA GIFTEXPO i OUTDOOR Międzynarodowe Targi Artykułów i Usług Reklamowych	1	4	3998	3682	205	96	0	240	0	7	141	13	z POLIGRAFIA		11
EXPOPOWER Międzynarodowe Targi Energetyki	1	3	3877	3511	66	366	0	0	0	7	182	8	6746	101	11
FAST FASHION Salon Mody	2x	3	314	314	196	0	0	0	0	9	20	12	z NEXT SEASON		11
Targi Wędkarstwa	1	3	47	47	4	0	0	0	0	3	8	2	z AQUAZOO		11
FIT-EXPO Fitness & Sport Park	1	3	7163	2340	109	14	0	4809	0	4	70	5	3532	963	11
FURNICA Targi Komponentów do Produkcji Mebli	1	4	5861	5559	848	0	0	302	0	19	177	49	z DREMA		11
GARDENIA Targi Ogrodnicze	1	3	6595	5952	421	43	0	600	0	4	265	12	18002	16285	11
GASTRO TRENDY Międzynarodowe Targi Gastronomii	1	4	2272	2238	76	34	0	0	0	3	44	3	z TAROPAK		11
GLASS FAIR Targi Szklarskiej	1	4	197	197	104	0	0	0	0	4	10	4	z BUDMA		11
GMINA Targi dla Gmin, Miast i Regionów	1	4	845	845	49	0	0	0	0	4	63	3	z POLEKO		11
GREENPOWER Międzynarodowe Targi Energii Odnawialnej	1	3	1236	1039	24	197	0	0	0	5	71	6	z EXPOPOWER		11
HOBBY Targi Modelarstwa	1	2	6081	6081	18	0	0	0	0	3	215	5	z TOUR-SALON		11
HOME DECOR Targi Wyposażenia i Wystroju Wnętrz	1	4	5615	5141	886	122	0	352	0	14	173	38	5947	3437	11
INSTALACJE/KOMINKI Międzynarodowe Targi Instalacyjne	1	4	13141	12525	1970	600	13	16	0	21	423	74	25591	18094	11
INTERMASZ Międzynarodowy Salon Maszyn Włókienniczych, Odrzędzających i Obuwniczych	1	3	1339	1259	170	0	0	80	0	6	43	12	z NEXT SEASON		11
INVEST HOTEL Targi Wyposażenia Hoteli	1	4	3323	3145	124	0	0	178	0	6	172	10	z TOUR-SALON		11
ITM POLSKA Innowacje-Technologie-Maszyny Polska	1	4	19042	18316	4818	322	0	404	0	24	682	254	11693	8666	11
KAMIEŃ – STONE Targi Branzy Kamieniarskiej	1	4	9028	8715	3856	310	3	0	0	20	323	185	6503	4553	4 i 11
KOMTECHNIKA Międzynarodowe Targi Techniki Komunalnej	1	4	5435	3403	73	552	0	1480	0	3	60	3	z POLEKO		11
LOOK/BEAUTY Forum Fryzjerstwa, Forum Kosmetyki i Solariumów	1	3	5630	3948	132	0	0	1682	0	7	198	8	12415	10189	11
MEBLE + ARENA DESIGN Targi Meblowe + Europejski Design dla Biznesu	1	4	7677	7657	458	0	0	20	0	10	118	9	5461	46	11
MOTOR SHOW	1	3	23486	13364	225	0	0	10122	0	2	35	1	31650	28310	11
KWZH Krajowa Wystawa Zwierząt Hodowlanych	1	3	9500	7022	12	95	0	2383	0	2	476	1	9433	7926	11
NECROPOLIS EXPO Targi Techniki Ochrony i Usług Pogrzebowych	1	3	846	714	224	0	0	132	0	4	35	6	770	34	11
NEXT SEASON / Special Days Salon Kontraktacji, Salon Mody Ślubnej Komuniowej i Wrecozowej	1	3	5651	5621	1230	0	0	30	0	11	178	45	4761	186	11
NEXT SEASON (Jesień) Salon Kontraktacji / Salon Mody Ślubnej Komuniowej i Wrecozowej	1	3	4776	4597	1027	0	0	179	0	12	148	37	3423	39	11
POLAGRA-FOOD Międzynarodowe Targi WYROBÓW Spożywczych i Gastronomii	1	4	5057	4938	832	119	70	0	0	24	288	61	z TAROPAK		11
POLAGRA-PREMIERY Międzynarodowe Targi Mechanizacji Rolnictwa	1	4	28534	24429	1147	4105	140	0	0	10	199	17	18002	16295	11
POLAGRA-TECH Międzynarodowe Targi Technologii Spożywczych, Salon Dodatków do Żywności	1	5	14480	14111	983	369	57	0	0	19	294	77	z TAROPAK		11
POLEKO Międzynarodowe Targi Ochrony Środowiska	1	4	11324	10422	1708	493	30	409	0	19	500	142	14706	7812	11

Nazwa targów	Cykl*	Liczba dni	Ogółem	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw.						Wystawcy				Zwiedzający		Organizatorzy targów
				Kryta			Otwarta			Specjalna pokazowa w m kw.	Liczba krajów	Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym piacący	
				Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym zagranica							
										Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym zagranica	
POZNAŃ MEDIA EXPO Targi Telewizyjne	2	3	1273	1065	48	0	0	0	208	3	30	3	z EUROREKLAMA	11		
Poznański Salon Optyczny	2x	2	550	550	0	0	0	0	0	2	63	1	358	0		
OPTYKA Targi Optyczne	2x	2	1855	1755	259	0	0	0	100	8	107	14	1696	0		
PRO-HORTI Salon Kontraktacji Ogrodniczych	1	4	560	490	30	0	0	0	70	4	17	3	z POLAGRA - PREMIERY	11		
SAKRALIA Targi Wyposażenia Kościołów, Przedmiotów Liturgicznych i Dewocjonalii	1	3	714	704	0	10	0	0	0	1	71	0	826	23		
SALIMED Międzynarodowy salon Medycyny	2	3	4733	4733	542	0	0	0	0	16	266	47	5038	2727		
SAWO Międzynarodowe Targi Ochrony Pracy, Pozamictwa i Ratownictwa	1	4	5678	3661	1109	2017	0	0	0	20	205	57	z INSTALACJE/KOMINKI	11		
SECUREX* Międzynarodowa Wystawa Zabezpieczeń	2	4	5426	5426	710	0	0	0	0	14	234	50	z INSTALACJE/KOMINKI	11		
Targi Edukacyjne, Książka dla Dzieci i Młodzieży, Salon Wyposażenia Szkół	1	3	4442	3752	114	27	0	663	12	488	17	37025	0	11		
TAROPAK* Międzynarodowy Salon Techniki Pakowania i Logistyki	2	4	14709	12089	2784	2620	0	0	0	29	537	190	33491	5568		
TEX STYLE / FAST FASHION Targi Tkanin, Odzieży i Dodatków Salon Mody Fast Fashion	2x	3	907	702	357	0	8	197	10	78	30	z NEXT SEASON	11			
TOUR SALON Targi Regionów i Produktów Turystycznych	1	4	8852	7779	1939	399	0	674	41	748	207	23400	15948	11		
WODOCIĄGI Międzynarodowe Targi Branży Wodno-Kanalizacyjnej	2	4	1071	1071	12	0	0	0	0	3	40	2	z INSTALACJE/KOMINKI	11		
<b>Świebodzin</b>																
EKO-LAS Targi Gospodarki Leśnej, Przemysłu Drzewnego i Ochrony Środowiska	1	3	51342	159	15	51183	5188	0	0	5	110	18	4699	2553	11	
<b>Szczecin</b>																
BUD-GRYF SZCZECIN IMiędzynarodowe Targi Budowlane	1	3	2160	1419	100	501	0	240	2	143	7	6075	5088	12		
CHEMIKA Targi Przemysłu Chemicznego	1	2	198	134	12	0	0	64	2	9	1	wstęp wolny	12			
ENERGIA Targi Energii Konwencjonalnej i Odnawialnej	1	3	683	489	9	194	0	0	2	38	1	z BUD-GRYF	12			
EZOTERIA Szczecińskie Spotkania Ezoteryczne	1	3	380	138	0	0	0	242	1	27	0	1199	1052	12		
OGRÓD Giełda Ogrodnicza i Pszczelarska	1	2	915	97	0	784	0	34	1	52	0	10579	0	12		
KARRIERA Giełda Edukacji i Pracy	1	2	4266	1058	21	3150	0	58	3	57	3	4395	0	12		
MARKET TOUR Targi Turystyczne	1	2	2040	0	0	1540	79	500	2	94	7	wstęp wolny	12			
ORGANIC Giełda Zdrowej Żywności i Produktów Naturalnych	1	3	263	237	25	26	0	0	2	48	2	z OGRÓD	12			
SZCZECIN WATER SHOW Targi Żeglarsstwa oraz Sportów Wodnych	1	3	1574	1279	15	126	0	169	2	59	1	wstęp wolny	12			
TDI Targi Dużych Inwestycji	1	3	312	112	0	0	0	200	1	10	0	z BUD-GRYF	12			
WSZYSTKO DLA DOMU Targi Wykończenia i Wyposażenia Wnętrz	1	3	2238	1888	0	165	0	185	1	124	0	5332	4734	12		
<b>Toruń</b>																
DZIECIĘCY ŚWIAT Targi Artykułów Dziecięcych i Zabawek	1	2	254	158	0	96	0	0	0	1	51	0	3941	0	17	
DZIEŃ AKADEMII PIĘKNOŚCI Targi Dzień Akademii Piękności i Targi Ślubne	1	2	184	142	0	20	0	22	1	42	0	977	959	17		
INWESTOR. OD DZIAŁKI PO DOM Targi Budownictwa, Kujawsko-Pomorskie Targi Inwestycyjne.	1	2	747	737	6	10	0	0	0	2	72	1	3200	3200	17	

Nazwa targów	Cykl*	Liczba dni	Ogółem	Całkowita powierzchnia targowa netto w m kw.						Wystawcy			Zwiedzający		Organizatorzy targów	
				Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw.			Specjalna pokazowa w m kw.			Liczba krajów	Ogółem	W tym zagranica	Ogółem	W tym płacący		
				Kryta	W tym zagranica	Otwarta	Ogółem	W tym zagranica	Ogółem							
										Ogółem	W tym zagranica	Ogółem				
<b>Warszawa</b>																
KONSERWACJE Targi Konserwatorskie	1	3	354	24	15	0	0	0	0	0	3	41	2	1933	0	17
KOŚCIEDY Targi Wyposażenia, Usług, Sztuki, Dewocjonalistów	1	3	308	0	3	0	0	0	0	0	1	34	0	z KONSERWACJE	0	17
MOTO-TOR Targi Motoryzacyjne	1	2	428	0	0	0	0	0	0	0	1	22	0	1576	1576	17
<b>Warszawa</b>																
ACADEMIA Targi Książki Akademickiej i Naukowej	1	3	389	14	0	0	0	0	0	0	5	74	7	wstęp wolny	0	13
APARTMENTY/RESIDENCJE Salon Nieruchomości Ekskluzywnych	2x	2	203	0	0	0	0	0	0	0	1	31	0	964	0	13
APARTMENTY/RESIDENCJE Salon Nieruchomości Ekskluzywnych	2x	2	147	20	0	0	0	0	0	0	2	18	1	wstęp wolny	0	13
CŁO I GRANICA Międzynarodowa Wystawa Wyposażenia dla Kontroli Celnej i Granicznej	1	2	121	0	0	0	0	0	0	0	1	14	0	wstęp wolny	0	20
COIN EXPO Warszawskie Międzynarodowe Targi Numizmatyczne	1	3	367	92	0	0	0	0	0	0	10	30	11	wstęp wolny	0	20
DSW Dni Stomatologii Współczesnej	1	4	40	0	0	0	0	0	0	0	1	11	0	wstęp wolny	0	20
NA RYBY Targi Wędkarskie	1	3	356	10	0	0	0	0	0	14	2	30	1	z WIATR I WODA	0	13
FRANCHISING Ogólnopolski Salon Franchisingu	1	3	425	69	0	0	0	0	0	0	6	40	5	wstęp wolny	0	20
GEOLOGIA Targi Geologiczne	1	2	294	0	82	0	0	0	0	0	1	20	0	wstęp wolny	0	20
IWIS Międzynarodowa Wystawa Wynalazków	1	3	50	0	0	0	0	0	0	0	1	9	0	wstęp wolny	0	20
LOTNISKO	1	1	65	10	0	0	0	0	0	0	2	12	1	wstęp wolny	0	20
Nowoczesne Technologie dla Bezpieczeństwa Kraju i Granic	1	1	97	21	0	0	0	0	0	0	3	13	2	wstęp wolny	0	20
MUREXPO Ogólnopolskie Targi Budowlane	1	3	2202	1625	51	533	0	0	0	44	4	235	3	3386	1032	13
NAFTA I GAZ Międzynarodowe Targi Przemysłu Naftowego i Gazownictwa	1	2	20	0	0	0	0	0	0	0	1	4	0	wstęp wolny	0	20
NOWY DOM, NOWE MIESZKANIE Wiosenne Targi Mieszkania	4x	2	1555	1532	0	0	0	0	0	23	1	142	0	11485	3475	13
NOWY DOM, NOWE MIESZKANIE Letnie Targi Mieszkania	4x	2	979	979	0	0	0	0	0	0	1	101	0	7213	1691	13
NOWY DOM, NOWE MIESZKANIE Jesienne Targi Mieszkania	4x	2	1904	1799	0	0	0	0	0	105	1	169	0	9813	2538	13
NOWY DOM, NOWE MIESZKANIE Zimowe Targi Mieszkania	4x	2	977	937	4	0	0	0	0	40	2	112	1	7487	1625	13
PACKAGING INNOVATION Targi Nowych Rozwiązań w Branży Opakowań	1	2	822	753	144	15	0	0	0	54	7	63	12	1414	0	2
BUDOWA REMONT DOM i WNETRZE Ogólnopolskie Targi Budowlane	1	2	1675	1159	0	438	0	0	0	78	5	147	7	4881	1428	13
Warszawski Kiermasz Książki i Prasy	1	2	633	0	0	540	0	0	0	93	1	71	0	wstęp wolny	0	13
Warszawskie Targi Książki	1	4	1726	1537	36	110	0	0	0	79	4	322	3	27562	10304	13
ŚWIAT DZIECKA Międzynarodowe Targi	1	2	938	898	121	40	0	0	0	0	5	64	4	wstęp wolny	0	6
TWOJE PIENIĄDZE Polskie Forum Kapitałowo-Finansowe	1	3	51	51	0	0	0	0	0	0	1	4	0	wstęp wolny	0	20
WIATR I WODA Targi Sportów Wodnych i Rekreacji	1	4	6851	6745	96	0	0	0	0	106	14	370	13	34417	19420	13 i 21
ZŁOTO SREBRO CZAS Targi Biznesu i Zegarków	1	3	2944	2684	275	0	0	0	0	260	12	280	26	6043	406	7
GIFT EXPO Targi Upominków Reklamowych	1	4	360	336	48	0	0	0	0	24	4	32	3	920	0	11
ON / OFF Targi Elektroniki Użytkowej i Gier Video	1	3	2371	1821	64	0	0	0	0	550	5	42	6	6711	2977	11
<b>Wrocław</b>																
DENTAMED Dolnośląskie Targi Stomatologiczne	1	2	2095	1095	0	0	0	0	0	1000	9	137	14	3124	926	18

\* 1 – targi org. raz w roku, 2 – targi org. co dwa lata, 2x – targi org. dwa razy w roku, 4x – targi org. cztery razy w roku  
 © – wejście na targi (patrz definicje statystyczne na stronie 12)

## Spotkaj się twarzą w twarz.

Dzisiaj liczy się kontakt człowieka z człowiekiem.  
Chcesz zrobić biznes? Przygotuj się na spotkanie twarzą  
w twarz.

Jest tylko jeden instrument marketingu, dzięki któremu  
Twoi sprzedawcy poznają wykwalifikowanych kupców.  
Nie tylko kontakty, nie tylko nazwiska.... Ale ludzi.

Przedstaw swój produkt. Zaproponuj jazdę próbną.  
Odpowiedz na pytania. Przełam opory.

Nie ma rzeczy, której nie dałbyś rady zrobić, jeśli tylko  
zdecydujesz się na kontakt twarzą w twarz.

# Targi.

Bo biznes to kontakt twarzą w twarz.

# TARGOWA MAPA POLSKI



**1** – liczba targów zorganizowanych w mieście przez członków PIPT w 2010 r.

**1** – liczba targów zorganizowanych w obiektach targowo-konferencyjnych członków przez organizatorów nie zrzeszonych w PIPT w 2010 r.

# TARGI W POLSCE W LATACH 2007–2010

## Porównanie podstawowych danych statystycznych targów

	2007	2008	2009	2010
Liczba targów	216	222	206	227
Całkowita powierzchnia targowa wynajęta w m kw.	639 771	719 188	576 559	678 065
Liczba wystawców ogółem	30 621	32 033	26 519	27 876
– w tym zagranicznych	5 277	5 467	4 421	4 108
Liczba zwiedzających	1 001 001	1 053 335	883 330	1 013 846

Dane dotyczą wyłącznie targów organizowanych przez członków PIPT i poddanych audytowi CENTREX – Międzynarodowemu Związki Statystyk Targowych.

## POLSKIE MIASTA TARGOWE W 2010

### Ranking miast według liczby targów zorganizowanych przez członków PIPT w 2010 r.

L.p.	Miasto organizacji targów	Liczba targów	Liczba organizatorów
1	Poznań	61	4
2	Kielce	54	1
3	Warszawa	28	6
4	Gdańsk	13	2
5	Kraków	12	2
6	Lublin	12	2
7	Katowice	11	3
8	Szczecin	11	1
9	Łódź	8	2
10	Toruń	6	1
11	Bielsko-Biała	2	1
12	Bydgoszcz	2	1
13	Ostróda	2	1
14	Gdynia	1	1
15	Łosiów	1	1
16	Świebodzin	1	1
17	Wilkowice k. Leszna	1	1
16	Wrocław	1	1
	Razem	227	

## RANKINGI ORGANIZATORÓW I TARGÓW – POLSKA IZBA PRZEMYSŁU TARGOWEGO 2010

### 1. Ranking organizatorów targów według całkowitej powierzchni targowej wynajętej (2010)

L.p.	organizator	miasto	całkowita powierzchnia targowa wynajęta [m kw.]	udział procentowy [%]
1.	Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o.	Poznań	359 747	53,05
2.	Targi Kielce S.A.	Kielce	154 213	22,74
3.	Targi w Krakowie sp. z o.o.	Kraków	22 931	3,38
4.	MURATOR EXPO sp. z o.o.	Warszawa	21 266	3,14
5.	ZIAD Bielsko-Biała S.A.	Bielsko-Biała	16 466	2,43
6.	Demuth Alfa sp. z o.o. Ostróda sp. k-a.	Ostróda	15 801	2,33
7.	INTERSERVIS sp. z o.o.	Łódź	15 651	2,31
8.	Międzynarodowe Targi Lubelskie Spółka Akcyjna	Lublin	14 943	2,20
9.	Międzynarodowe Targi Gdańskie S.A.	Gdańsk	14 833	2,19
10.	Międzynarodowe Targi Szczecińskie sp. z o.o.	Szczecin	13 337	1,97
11.	Pozostali zaudytowani		28 877	4,26
	<b>OGÓŁEM</b>		<b>678 065</b>	<b>100,00</b>
12.	Niezaudytowani		1 835	
	Ogółem		679 900	

## 2. Ranking organizatorów targów według liczby wystawców ogółem (2010)

L.p.	organizator	miasto	liczba wystawców ogółem	udział [%]
1.	Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o.	Poznań	11 185	40.12
2.	Targi Kielce S.A.	Kielce	5 668	20.33
3.	Targi w Krakowie sp. z o.o.	Kraków	2 054	7.37
4.	MURATOR EXPO sp. z o.o.	Warszawa	1 936	6.95
5.	Międzynarodowe Targi Gdańskie S.A.	Gdańsk	1 325	4.75
6.	Międzynarodowe Targi Lubelskie Spółka Akcyjna	Lublin	1 029	3.69
7.	INTERSERVIS sp. z o.o.	Łódź	970	3.48
8.	ZIAD Bielsko-Biała S.A.	Bielsko-Biała	693	2.49
9.	Międzynarodowe Targi Szczecińskie sp. z o.o.	Szczecin	661	2.37
10.	Międzynarodowe Targi Katowickie sp. z o.o.	Katowice	626	2.25
11.	Pozostali zaudytowani		1 729	6.20
	<b>OGÓŁEM</b>		<b>27 876</b>	<b>100,00</b>
12.	Niezaudytowani		152	
	Ogółem		28 028	

## 3. Ranking organizatorów targów według liczby wystawców krajowych (2010)

L.p.	organizator	miasto	liczba wystawców krajowych	udział [%]
1.	Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o.	Poznań	8 941	37.62
2.	Targi Kielce S.A.	Kielce	4 604	19.37
3.	MURATOR EXPO sp. z o.o.	Warszawa	1 896	7.98
4.	Targi w Krakowie sp. z o.o.	Kraków	1 788	7.52
5.	Międzynarodowe Targi Gdańskie S.A.	Gdańsk	1 178	4.96
6.	Międzynarodowe Targi Lubelskie Spółka Akcyjna	Lublin	1 006	4.23
7.	INTERSERVIS sp. z o.o.	Łódź	925	3.89
8.	ZIAD Bielsko-Biała S.A.	Bielsko-Biała	641	2.70
9.	Międzynarodowe Targi Szczecińskie sp. z o.o.	Szczecin	639	2.69
10.	Międzynarodowe Targi Katowickie sp. z o.o.	Katowice	556	2.34
11.	Pozostali zaudytowani		1 594	6.71
	<b>OGÓŁEM</b>		<b>23 768</b>	<b>100,00</b>
12.	Niezaudytowani		152	
	Ogółem		23 920	

## 4. Ranking organizatorów targów według liczby wystawców zagranicznych (2010)

L.p.	organizator	miasto	liczby wystawców zagranicznych	udział [%]
1.	Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o.	Poznań	2 244	54.63
2.	Targi Kielce S.A.	Kielce	1 064	25.90
3.	Targi w Krakowie sp. z o.o.	Kraków	266	6.48
4.	Międzynarodowe Targi Gdańskie S.A.	Gdańsk	147	3.58
5.	Międzynarodowe Targi Katowickie sp. z o.o.	Katowice	70	1.70
6.	ZIAD Bielsko-Biała S.A.	Bielsko-Biała	52	1.27
7.	EXACTUS s.j.	Łódź	47	1.14
8.	INTERSERVIS sp. z o.o.	Łódź	45	1.10
9.	MURATOR EXPO sp. z o.o.	Warszawa	40	0.97
10.	easyFairs Poland sp. z o.o.	Kraków	28	0.68
11.	Pozostali zaudytowani		105	2.56
	<b>OGÓŁEM</b>		<b>4 108</b>	<b>100,00</b>
12.	Niezaudytowani		0	
	Ogółem		4 108	



## 5. Ranking organizatorów targów według liczby zwiedzających (2010)

L.p.	organizator	miasto	liczba zwiedzających	udział [%]
1.	Międzynarodowe Targi Poznańskie sp. z o.o.	Poznań	403 107	39.76
2.	Targi Kielce S.A.	Kielce	196 609	19.39
3.	MURATOR EXPO sp. z o.o.	Warszawa	117 745	11.61
4.	Targi w Krakowie sp. z o.o.	Kraków	83 332	8.22
5.	Międzynarodowe Targi Lubelskie Spółka Akcyjna	Lublin	49 377	4.87
6.	INTERSERVIS sp. z o.o.	Łódź	46 004	4.54
7.	Międzynarodowe Targi Gdańskie S.A.	Gdańsk	36 273	3.58
8.	Międzynarodowe Targi Szczecińskie sp. z o.o.	Szczecin	27 580	2.72
9.	Międzynarodowe Targi Katowickie sp. z o.o.	Katowice	15 184	1.50
10.	EXACTUS s.j.	Łódź	14 483	1.43
11.	Pozostali zaudytowani		24 152	2.38
	<b>OGÓŁEM</b>		<b>1 013 846</b>	<b>100,00</b>
12.	Niezaudytowani		9 558	
	Ogółem		1 023 404	

## 6. Ranking targów według całkowitej powierzchni targowej wynajętej (2010)

L.p.	targi	miasto	Całkowita powierzchnia targowa wynajęta [m kw.]	udział [%]
1.	EKO-LAS - Targi Gospodarki Leśnej, Przemysłu Drzewnego i Ochrony Środowiska	Świebodzin	51 342	7.57
2.	POLAGRA-PREMIERY - Międzynarodowe Targi Mechanizacji Rolnictwa	Poznań	28 534	4.21
3.	AGROTECH - 16. Międzynarodowe Targi Techniki Rolniczej	Kielce	27 075	3.99
4.	BUDMA - Międzynarodowe Targi Budownictwa	Poznań	25 446	3.75
5.	AUTOSTRADA-POLSKA - 16. Międzynarodowe Targi Budownictwa Drogowego	Kielce	21 113	3.11
6.	MSPO - 18. Międzynarodowy Salon Przemysłu Obronnego	Kielce	18 957	2.80
7.	ITM POLSKA - Innowacje Technologie Maszyny Polska	Poznań	18 638	2.75
8.	DREMA - Międzynarodowe Targi Maszyn i Narzędzi dla Przemysłu Drzewnego i Meblarskiego	Poznań	18 473	2.72
9.	ENERGETAB - 23. Międzynarodowe Energetyczne Targi Bielskie	Bielsko-Biała	15 974	2.36
10.	TAROPAK - Międzynarodowy Salon Techniki Pakowania i Logistyki	Poznań	14 709	2.17
11.	Pozostali zaudytowani		437 804	64.57
	<b>OGÓŁEM</b>		<b>678 065</b>	<b>100,00</b>
12.	Niezaudytowani		1 835	
	Ogółem		679 900	

## 7. Ranking targów według liczby wystawców ogółem (2010)

L.p.	targi	miasto	liczba wystawców ogółem	udział [%]
1.	BUDMA - Międzynarodowe Targi Budownictwa	Poznań	928	3.33
2.	TOUR SALON - Targi Regionów i Produktów Turystycznych	Poznań	748	2.68
3.	ITM POLSKA - Innowacje Technologie Maszyny Polska	Poznań	682	2.45
4.	PLASTPOL - 14. Międzynarodowe Targi Przetwórstwa Tworzyw Sztucznych	Kielce	680	2.44
5.	ENERGETAB - 23. Międzynarodowe Energetyczne Targi Bielskie	Bielsko-Biała	635	2.28
6.	TAROPAK - Międzynarodowy Salon Techniki Pakowania i Logistyki	Poznań	537	1.93
7.	POLEKO - Międzynarodowe Targi Ochrony Środowiska	Poznań	500	1.79
8.	Targi Edukacyjne - Targi Edukacyjne, Salon Wyposażenia Szkół, Książka dla Dzieci i Młodzieży - 9. Poznańskie Spotkania Targowe	Poznań	488	1.75
9.	AUTOSTRADA-POLSKA - 16. Międzynarodowe Targi Budownictwa Drogowego	Kielce	482	1.73
10.	KWZH - 24. Krajowa Wystawa Zwierząt Hodowlanych	Poznań	476	1.71
11.	Pozostali zaudytowani		21 720	77.92
	<b>OGÓŁEM</b>		<b>27 876</b>	<b>100,00</b>
12.	Niezaudytowani		152	
	Ogółem		28 028	

## 8. Ranking targów według liczby wystawców krajowych (2010)

L.p.	targi	miasto	liczba wystawców krajowych	udział [%]
1.	BUDMA - Międzynarodowe Targi Budownictwa	Poznań	650	2.73
2.	ENERGETAB - 23. Międzynarodowe Energetyczne Targi Bielskie	Bielsko-Biała	585	2.46
3.	TOUR SALON - Targi Regionów i Produktów Turystycznych	Poznań	541	2.28
4.	KWZH - 24. Krajowa Wystawa Zwierząt Hodowlanych	Poznań	475	2.00
5.	Targi Edukacyjne - Targi Edukacyjne, Salon Wyposażenia Szkół, Książka dla Dzieci i Młodzieży - 9. Poznańskie Spotkania Targowe	Poznań	471	1.98
6.	- 14. Targi Książki w Krakowie	Kraków	450	1.89
7.	AGROTECH - 16. Międzynarodowe Targi Techniki Rolniczej	Kielce	435	1.83
8.	ITM POLSKA - Innowacje Technologie Maszyny Polska	Poznań	428	1.80
9.	AUTOSTRADA-POLSKA - 16. Międzynarodowe Targi Budownictwa Drogowego	Kielce	413	1.74
10.	Festiwal Sztuki i Przedmiotów Artystycznych - Festiwal Sztuki i Przedmiotów Artystycznych	Poznań	387	1.63
11.	Pozostali zaudytowani		18 933	79.66
	<b>OGÓŁEM</b>		<b>23 768</b>	<b>100,00</b>
12.	Niezaudytowani		152	
	Ogółem		23 920	

## 9. Ranking targów według liczby wystawców zagranicznych (2010)

L.p.	targi	miasto	liczba wystawców zagranicznych	udział [%]
1.	PLASTPOL - 14. Międzynarodowe Targi Przetwórstwa Tworzyw Sztucznych	Kielce	353	8.59
2.	BUDMA - Międzynarodowe Targi Budownictwa	Poznań	278	6.77
3.	ITM POLSKA - Innowacje Technologie Maszyny Polska	Poznań	254	6.18
4.	TOUR SALON - Targi Regionów i Produktów Turystycznych	Poznań	207	5.04
5.	TAROPAK - Międzynarodowy Salon Techniki Pakowania i Logistyki	Poznań	190	4.63
6.	KAMIEN-STONE - Targi Branży Kamieniarskiej	Poznań	185	4.50
7.	POLEKO - Międzynarodowe Targi Ochrony Środowiska	Poznań	142	3.46
8.	METAL - 16. Międzynarodowe Targi Technologii dla Odlewnictwa	Kielce	138	3.36
9.	DREMA - Międzynarodowe Targi Maszyn i Narzędzi dla Przemysłu Drzewnego i Meblarskiego	Poznań	109	2.65
10.	STOM - 3. Salon Technologii Obróbki Metali	Kielce	97	2.36
11.	Pozostali zaudytowani		2 155	52.46
	<b>OGÓŁEM</b>		<b>4 108</b>	<b>100,00</b>
12.	Niezaudytowani		0	
	Ogółem		4 108	

## 10. Ranking targów według liczby zwiedzających (2010)

L.p.	targi	miasto	liczba zwiedzających	udział [%]
1.	LAS-EXPO / AGROTECH*	Kielce	41 447	4,09
2.	BUDMA / BUMASZ / GLASS / CBS*	Poznań	41 313	4,07
3.	Targi Edukacyjne - Targi Edukacyjne, Salon Wyposażenia Szkół, Książka dla Dzieci i Młodzieży - 9. Poznańskie Spotkania Targowe*	Poznań	37 025	3,65
4.	WIATR I WODA / NA RYBY*	Warszawa	34 417	3,39
5.	POLAGRA - FOOD / GASTRO - TRENDY / POLAGRA-TECH / TAROPAK*	Poznań	33 491	3,30
6.	MOTOR SHOW	Poznań	31 650	3,12
7.	14. Targi Książki w Krakowie	Kraków	31 557	3,11
8.	Warszawskie Targi Książki	Warszawa	27 562	2,72
9.	SAWO / WODOCIAGI / INSTALACJE/ KOMINKI / SECUREX*	Poznań	25 591	2,52
10.	TOUR SALON	Poznań	23 400	2,31
11.	Pozostali zaudytowani		686 393	67,70
	<b>OGÓŁEM</b>		<b>1 013 846</b>	<b>100,00</b>
12.	Niezaudytowani		9 558	
	Ogółem		1 023 404	

\* Targi organizowane równolegle w tym samym obiekcie targowym – wspólna liczba zwiedzających

**Pewnie już niedługo** Internet będzie tak potężnym instrumentem marketingu, że pozwoli ci osiągnąć prawie połowę z tego, co możesz zyskać dzisiaj dzięki udziałowi w dobrych targach.



**Targi.**

**Biznes nie może być bardziej bezpośredni.**

# OBIEKTY TARGOWO-KONFERENCYJNE W POLSCE

CZŁONKÓW POLSKIEJ IZBY PRZEMYSŁU TARGOWEGO

1	2	3	4	5	6		7	8	9	10	11			13	14	15	16	17
					Własne	Gościnne					INNE WYDARZENIA							
Lp.	Powierzchnia w halach brutto (m kw.)	Powierzchnia otwarta brutto (m kw.)	Powierzchnia w salach konferencyjnych (m kw.)	Własne	Gościnne	TARGI	Targi ogółem (5-7)	konferencje	kongresy	spotkania firmowe	koncerty	wydarzenia sportowe	gale	inne				
<b>1. CENTRUM TARGOWO-KONGRESOWE MT POLSKA</b>																		
	10 000	4000	250	0	21	1	22	31	5	10	0	0	2	147	195	217		
<b>2. DEMUTH ALFA SP. Z O.O. OSTRÓDA S.K.A.</b>																		
	9250	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2		
<b>3. MIĘDZYNARODOWE TARGI GDAŃSKIE</b>																		
	14 595	3575	260	12	11	0	23	2	1	5	0	0	0	0	8	31		
<b>4. MIĘDZYNARODOWE TARGI LUBELSKIE</b>																		
	2800	7000	200	12	2	0	14	5	0	2	1	0	0	7	15	29		
<b>5. MIĘDZYNARODOWE TARGI POZNAŃSKIE</b>																		
	107 654	30 622	9006	65	3	0	68	1446	22	31	6	1	5	401	1980	2048		
<b>6. MIĘDZYNARODOWE TARGI SZCZECIŃSKIE</b>																		
	4150	60 000	320	11	8	0	19	1	1	1	1	0	4	21	29	47		
<b>7. MIĘDZYNARODOWE TARGI KATOWICKIE</b>																		
	5100	4000	550	11	6	0	17	3	0	19	0	1	0	28	51	68		
<b>8. TARGI KIELCE</b>																		
	35 000	65 000	916	54	1	0	55	289	2	114	1	2	26	41	475	530		
<b>9. TARGI TORUŃSKIE</b>																		
	3065	1,7 ha	320	8	2	0	10	81	3	10	1	0	2	7	104	114		
<b>10. TARGI W KRAKOWIE</b>																		
	6000	7000		10	6	1	17	27	4	2	3	1	3	15	55	72		
<b>11. WARSZAWSKIE CENTRUM EXPO XXI</b>																		
	13 500	2 200	950	0	38	5	43	312	15	44	1	0	25	2	399	442		

■ Dane zawarte w tabeli dotyczą 2010 roku.

# Cały Twój rynek w jednym miejscu.



Cała konkurencja, wszystkie nowe produkty i usługi. Klienci, i wszystko to, co wpływa na ich decyzje o zakupie. Media, środowiska opiniotwórcze i konsultantów. Ci, którzy rządzą tym rynkiem, ci którzy się właśnie na nim wybijają i ci, którzy chcieliby się wybić...

Umieść wśród nich Twoje produkty i Twoich najlepszych sprzedawców. I zobacz co się stanie.

Jeśli teraz nie nawiążesz nowych kontaktów, to nie dlatego, że miejsce jest nieodpowiednie. To dlatego, że Ty nie pasujesz do tego rynku.

## Targi.

**Biznes nie może być bardziej bezpośredni.**

# WIĘCEJ TARGÓW, WIĘCEJ IMPREZ, WIĘCEJ STOISK... „WYJĄTKOWYCH”

Jacek Kisiąła

**Rok 2010 był rokiem delikatnej stabilizacji branży wystawienniczej. Wprawdzie nie milkną echa kryzysu, zatory płatnicze dalej niepokoją, ale zielony kolor Polski na ekonomicznej mapie Europy rozbudza wyobraźnię inwestorów i Ci jakby chętniej uczestniczą w imprezach wystawienniczych. Pojawiają się nowe imprezy targowe, a wystawcy coraz częściej zwracając się z prośbą o projekt stoiska, odważnie akcentują, że chodzi o to, by ich stoisko było... „wyjątkowe”.**

## Współpraca – panaceum na spadające ceny.

Tym, co niezmiennie charakteryzuje naszą branżę to presja Klientów na ciekawsze projekty, lepszą jakość wykonania i... oczywiście niższe ceny. Ta ostatnia jest wypadkową zarówno kosztów produkcji stoiska, zakupu usług obcych (np. nowoczesne multimedia) montażu, transportu (targi za granicą!). Rok 2010 nie przyniósł wielkich zmian na mapie targowej świata – polskie targi nie stały się Mekką światowego biznesu, gdzie odbywają się premiery nowych produktów, taką, jaką jest Hannover, Dusseldorf, Mediolan Las Vegas czy Shanghai. Z drugiej strony 600 000 m kw. powierzchni targowej zagospodarowanej w 2010 roku to nie jest mało, ale jak na prawie 40 milionowy kraj w centrum Europy chciało by się by powierzchni tej było więcej!

Powierzchnia ta, została zabudowana zarówno przez wyspecjalizowane firmy wystawiennicze jak i przez firmy rodzinne, które wystawiennictwem zajmują się okazjonalnie.

Każdy z nas wystawienników, chciałby widzieć swoje realizacje, jako dobrze opłacone, wypieszczone dzieła sztuki. Konkurencję, wygrywa jednak ten, kto potrafi tak zorganizować swoją firmę tak, aby przy zachowaniu wysokich standardów jakościowych utrzymać atrakcyjną cenę. Trudno szukać w podręcznikach ekonomii wzorców dla usług wystawienniczych. Aby zachować wysoką jakość i ni-

ską cenę Ford wprowadził linię produkcyjną, McDONALD standaryzował system obsługi i ograniczył ilość produktów. Rok 2010 był rokiem poszukiwania nowych form przebicia się na rynku wystawienniczym. Czy pojawiła się recepta na sukces firmy wystawienniczej? O ile w USA, Niemczech firmy przy skali zatrudnienia kilka set, czy tysięcy osób, są niezależne, posiadają pełne własne zaplecze. W skali Polski skazani jesteście na outsourcing lub współpracę. I właśnie o tę WSPÓŁPRACĘ firm wystawienniczych nie zawsze jest łatwo! Charakteryzuje nas pewien potencjał nieufności. Znamienne dla naszej polskiej natury jest to, że bardziej fascynują nas opowieści o porażkach współpracy, kolejne przykłady nieuczciwych firm wystawienniczych, braku lojalności, niż przypadki sukcesu współpracy, gdzie firmy wspólnie korzystając ze **wzajemnych potencjałów osiągają większe zyski**, przy mniejszym zaangażowaniu własnym.

W wystawiennictwie międzynarodowym często wypierani jesteśmy przez firmy Np. z Czech. Czy znaczy, że dysponują lepszymi materiałami? Drewno, farby, meble są tam te same, co u nas. Firmy czeskie mają większy potencjał, są większe? Firmy te często są mniejsze od polskich! Jedyne, co ich różni od nas to pragmatyczna chęć do porozumienia się. Czy taki dialog –pragmatyczna współpraca między polskimi firmami wystawienniczymi jest możliwa? Na przekór temu, co podpowiada mi

poliska intuicja powiem, że tak! Bo tylko w ten sposób można wyjść poza utarte schematy i przy posiadanych zasobach osiągnąć więcej!

Generatorem takiej współpracy może być Polska Izba Przemysłu Targowego. Ostatnie jej spotkania w Toruniu, Brennej wskazuje, że może nim być!

Wymiana doświadczeń, pomaga wzajemnie firmom dzielącym się swoją metodologią pracy. Nie ma dwóch takich samych firm wystawienniczych! Każda z firm ma inną organizację, inne możliwości, czy zakres działania. To, co opłacalne jest dla jednej firmy wcale nie musi być, opłacalne dla drugiej.

Z dużym zainteresowaniem przysłuchiwałem się pewnej rozmowie przedstawicieli firm wystawienniczych, gdzie ktoś stwierdził, że kategorycznie odrzuca firmy, które oczekują darmowego wykonania projektu i cen poniżej 400 zł „za metra stoiska”. Po wypowiedzi tej, nieco się zdziwił, gdy stojąca obok osoba, przekazała mu swoją wizytówkę z serdeczną prośbą: „Jeśli już odrzuci Pan te firmy, to bardzo proszę skierować je do mnie”. Ze względu na dużą konkurencję, pojawiające się tańsze materiały cena i marża wielu stoisk spada. Współpraca i organizacja są w moim przekonaniu tym czynnikiem, który działalność wystawienniczą może uczynić bardziej intratnym i... spokojniejszą.

Rok 2010 to kolejny rok pojawiających się głosów o stworzenie spójnego Kodeksu Etycznego

branży wystawienniczej. Idea szlachetna, aczkolwiek wydaje mi się średnio realna. Ale czy na pewno nie można zrobić nic? Często w wielu firmach wyceniamy ten sam projekt. Na wyceny tych samych stoisk poświęcamy wiele czasu, pozbawiając faktycznego twórcę należnej zapłaty. A może małym kroczkiem na drodze ku solidarności i etyce wystawienniczej będzie zwrócenie się do chętnych na taką wycenę zdaniem: „**Bardzo proszę o przesłanie potwierdzenia posiadania przez Państwa firmę praw autorskich do projektu stoiska, o którego wycenę budowy zwracają się Państwo**”.

### **Multimedia na stoisku – nowy etat w firmie**

Rok 2010 był kolejnym rokiem rosnącego znaczenia multimedii w wystawiennictwie. Przyglądając się stoiskom, trudno czasem powiedzieć, czy multimedia są efektywnym dodatkiem do stoiska, czy raczej na odwrót – stoisko jest oprawą dla multimedii. Rucho- me plazmy, telebimy interaktywne z obrazem sterowanym ruchami dłoni prowadzącego, projektory wielkoformatowe – wszystko to wpływa na architekturę stoiska, a klasyczny podział stoiska na część funkcjonalną i reprezentacyjną powoli idzie w niepamięć.

Słowem kluczem dla firm uczestniczących w targach staje się słowo INTERAKTYWNOŚĆ. Celem uzyskania owej interakcji z Gościem targowym, firmy mają się przeróżnych metod. Wśród nich znaczącą rolę odgrywa organizacja quizów, czy konkursów multimedialnych. Fakt ten ma niebagatelne przełożenie na zatrudnienie w firmach wystawienniczych, gdzie obok stolarzy, elektryków, monterów, grafików pojawia się kolejny ważny etat: informatyk, odpowiedzialny za produkcję i nadzór nad prawidłowym funkcjonowaniem sprzętu komputerowego.

### **Renesans drewna i tradycyjnych materiałów?**

Kilka lat temu twierdzono, że rewolucja w wystawiennictwie przy-

niesie płótno. I faktycznie wisi go sporo, szczególnie na dużych powierzchniach, gdzie podświetlane może stanowić atrakcyjny magnes dla gości targowych. Miniony rok w moim odczuciu był jednak mimo wszystko renesansem drewna. Klienci uświadamiają sobie, że o płótno nie można się oprzeć, ani na nim coś postawić, wbić w niego gwoźdź. Trudności w doborze poziomu przezroczystości płótna do jakości druku, każą przeprosić się z tradycyjnymi metodami tworzenia architektury przestrzeni np. z pocziwym drewnem.

### **Rewolucja LED**

Jeśli można mówić o swoistej rewolucji w wystawiennictwie, to jest nią rewolucja oświetleniowa. A wszystko za sprawą technologii LED. Wprawdzie trudno dziś powiedzieć, kto przyczynił się bardziej do popularyzacji LED, czy Rosjanin Olek Łosiew w 1927 roku, czy Amerykanin Nick Holonyaka w latach 60-tych XX wieku. Z pewnością jednak, żaden z tych Panów nie przeczuwał, że ich zimne, oszczędne o olbrzymich możliwościach światło z takim powodzeniem będzie stosowane w szeroko rozumianej architekturze, również w wystawiennictwie targowym. Dziś przy pomocy LED oświetlamy, naświetlamy, podświetlamy. Zmieniające się kolory LED wypełniają przeróżne ramy, podłogi, czy stanowią niezależny punkt oświetleniowy. Powoli w nomenklaturze wystawienniczej będziemy chyba mówić o oświetleniu LED'owym i tradycyjnym.

### **Polskie wystawiennictwo rośnie w siłę!**

Organizowane w Dusseldorfie targi Euroshop to m.in. „Targi targów”, gdzie szeroko przedstawiany jest szeroki wachlarz produktów i usług wystawienniczych. Trzyletni tryb organizacji tej imprezy pozwala na śledzenie pojawiających się trendów. Tu z dumą możemy odnotować rosnącą rolę firm z Polski na wystawienniczej mapie Europy. Dało się też zauważyć, że jeszcze kilka lat temu jasno świecąca gwiazda szybko-rozkładalnych systemów wysta-

wienniczych obecnie świeci jakby mniej intensywnym blaskiem. Znamiennym jest też pojawienie się na rynku systemów zabudowy targowej firm azjatyckich. Firmy te z dumą przedstawiają certyfikaty potwierdzające oryginalność patentów na oferowane przez siebie produkty.

### **Pozytywny wizerunek targów**

Na koniec trudno nie wspomnieć o wielkim wydarzeniu 2010 roku, jakim była największa impreza wystawiennicza, jaką człowiek kiedykolwiek zorganizował – mowa oczywiście o „Światowej wystawie EXPO 2010” w Szanghaju. W miejscu tym 267 krajów, miast i organizacji posiadało swoje miejsce wystawowe. Rozmawiając z przedstawicielami wielu krajów uderzyło mnie ich poczucie pełnego sukcesu, który odnieśli na EXPO 2010. Gospodarzom wystawy, dzięki niezliczonym konkursom, różnym formom wyróżniania wystawców udało się genialny marketingowy trick: zadowolenie bodaj wszystkich klientów. Klimat sukcesu wystawy, zachęcił biznes na całym świecie do inwestowania we współpracę z Chinami. Kończąc, pozostaje mi życzyć, abyśmy również i w Polsce wspólnym wysiłkiem organizatorów targów jak i firm wystawienniczych budowali pozytywny klimat wokół targów. W ten sposób niekoniecznie będziemy musieli skupiać się na obecnym kawałku tortu wystawienniczego, będziemy tort ten po prostu powiększać. Uczynić to możemy kreatywnymi pomysłami ciekawych imprez targowych, stoiskami, które jeszcze lepiej pomagają naszym Klientom realizować ich cele marketingowe, prowadzić działania, na rzecz pozytywnego wizerunku targów. Głęboko ufam, że postawa taka pozwoli zachować nam i wyjątkową satysfakcję i zyski z prowadzonej przez nas działalności wystawienniczej, czego sobie i firmom z branży gorąco życzę.

# KONKURSY POLSKIEJ IZBY PRZEMYSŁU TARGOWEGO



## LIDER USŁUG TARGOWYCH

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.

W skład Jury Konkursu Lider Usług Targowych wchodzi wybitni polscy projektanci, twórcy współczesnej polskiej szkoły wystawienniczej.

## STOISKO ROKU

Konkurs organizowany jest dla firm realizujących usługi projektowania i budowy stoisk targowych, należących do Polskiej Izby Przemysłu Targowego. Ideą konkursu jest propagowanie nowatorskich rozwiązań architektonicznych w wystawiennictwie, stosowanie nowych technologii i materiałów oraz ciekawej, nowoczesnej myśli wystawienniczej. Projekt stoiska i jego techniczne wykonanie winny reprezentować wysoki poziom i wspierać realizację koncepcji wystąpienia targowego, będącą wynikiem rozważań architektonicznych i technicznych, z uwzględnieniem aspektów marketingowych.

Zgodnie z wolą członków PIPT, Jury Konkursu Stoisko Roku złożone jest z ekspertów wywodzących się z trzech środowisk – wyższych uczelni posiadających wydziały specjalizujące się w dziedzinie projektowania architektury wnętrz i wystawiennictwa, praktyków w dziedzinie projektowania stoisk targowych oraz środowiska mediów z branży architektury wnętrz i marketingu.



złoty medal

srebrny medal

brązowy medal



# WSPÓŁCZESNE TARGI. SKUTECZNE NARZĘDZIE KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ

Marcin Gębarowski, Wydawnictwo: Regan Press, Gdańsk

Publikacja pod patronatem Polskiej Izby Przemysłu Targowego ma charakter obszernego kompendium wiedzy o targach. Uwzględnia przy tym realia polskiego rynku targowego, co wyróżnia ją na tle nielicznych pozycji o podobnej tematyce, dostępnych na krajowym rynku wydawniczym.



Zasadniczym celem książki jest spopularyzowanie idei oraz narzędzi marketingu wystawienniczego, a także zachęcenie do częstszego i bardziej efektywnego jego wykorzystywania w ramach zintegrowanego systemu komunikacji marketingowej oraz strategii marketingowej podmiotów rynkowych. Książka szczegółowo przedstawia:

- istotę współczesnych targów oraz ich miejsce w systemie komunikacji marketingowej,
- wszystkie etapy procesu przygotowania oraz realizacji wystąpienia targowego,
- aktualny obraz rynku targowego w Polsce i na świecie,
- studia przypadków dotyczące aktywności wystawienniczej wybranych podmiotów,
- słownik pojęć związanych z targami i wystawami gospodarczymi.

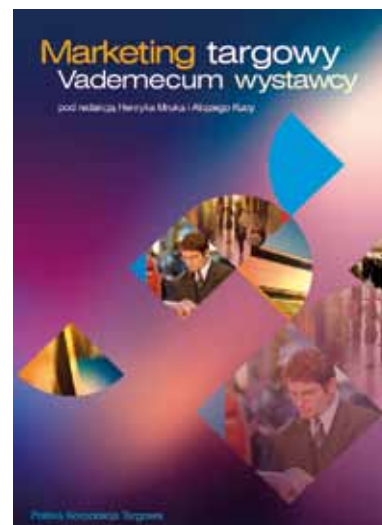
Ze względu na kompleksowy charakter publikacja jest adresowana zarówno do praktyków gospodarczych, organizatorów i uczestników targów, jak i do środowiska akademickiego (studentów i wykładowców kierunków ekonomicznych). Została ona napisana także z myślą o tych wszystkich, którzy chcą lepiej poznać istotę współczesnych targów, skuteczne i sprawdzone sposoby prezentowania oferty podczas wydarzeń wystawienniczych, jak również realia współczesnego rynku targowego.

(r)

# MARKETING TARGOWY VADEMECUM WYSTAWCY

Pod red. prof. Henryka Mruka i Alojzego Kucy,  
Polska Korporacja Targowa, Poznań

Marketing targowy. Vademecum wystawcy jest to jedną z pierwszych publikacji na rynku w rodzaju praktycznego przewodnika po współczesnych targach, a zwłaszcza nowoczesnym marketingu targowym. Na rynku do tej pory nie było takiej pozycji, a nawet stosownych rozdziałów w dostępnych publikacjach marketingowych.



Książka powstała z inspiracji Polskiej Korporacji Targowej (poprzedniczki Polskiej Izby Przemysłu Targowego) i Akademii Ekonomicznej w Poznaniu. Autorzy starali się zawrzeć całą nowoczesną i praktyczną wiedzę o targach z perspektywy wystawcy. I pod tym względem jest to publikacja pionierska nie tylko w kraju, ale również w Europie. W treści pracy zawarte są rozważania o tym, jak się przygotować do udziału w targach, jak skutecznie uczestniczyć w targach oraz jak badać efektywność udziału, czyli w jaki sposób korzystać z tego instrumentu dla budowania przewagi konkurencyjnej na rynku.

Znaczna część materiałów empirycznych pochodzi z wywiadów przeprowadzanych z wystawcami, organizatorami targów, zwiedzającymi a także mediami oraz firmami współpracującymi przy organizacji targów.

Zespół autorski przyjął założenie napisania książki, która połączy ogólne i krótkie treści teoretyczne z bogatymi i rozbudowanymi wątkami o charakterze praktycznym. W zamyśle autorów miała to być praca o wysokim stopniu użyteczności dla osób, które planują w przedsiębiorstwie udział w targach, organizują pobyt oraz obsługują stoiska targowe. Kierując się tym założeniem, w treści pracy zawarte są rozważania o tym, jak się przygotować do udziału w targach, jak skutecznie uczestniczyć w targach oraz jak badać efektywność udziału.

(r)

# PROGRAMY EDUKACYJNE W ZAKRESIE MARKETINGU TARGOWEGO NA UCZELNIACH WYŻSZYCH W POLSCE

L.p.	Miasto/szkoła wyższa	Dane do kontaktu	Nazwa studiów (kursu, seminarium)	Rodzaj studiów	Przedmioty	Uczestnicy (grupa docelowa)
1.	KATOWICE Uniwersytet Ekonomiczny im. Karola Adameckiego Wydział Ekonomii Katedra Rynku i Konsumpcji ul. Bogucicka 14 PL-40-226 Katowice	prof. dr. hab Zofia Kędzior katedra.nk@ae.katowice.pl  dr Grzegorz Maciejewski grzegorz.maciejewski@ae.katowice.pl  dr Barbara Kucharska barbara.kucharska@ae.katowice.pl  tel./fax + 48 32 257 73 33 tel. + 48 32 257 73 32	Ekonomia Specjalności: Komunikacja w biznesie krajowym i międzynarodowym, Dystrybucja i sprzedaż na rynkach krajowych i międzynarodowych	Studia stacjonarne i niestacjonarne  Studia podyplomowe	Instytucje rynkowe	Studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych  Pracownicy działów marketingu i działów sprzedaży
2.	KIELCE Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy Jana Kochanowskiego Wydział Zarządzania i Administracji Instytut Zarządzania ul. Świętokrzyska 21 PL-25- 406 Kielce	prof. dr hab. Andrzej Szplit a.szplit@plusnet.pl zarzadzanie@pu.kielce.pl tel. + 48 41 349 65 77 + 48 41 349 66 14	Kierunek: Zarządzanie Specjalność: Marketing i wystawiennictwo	Studia stacjonarne i niestacjonarne drugiego stopnia	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, Szuka komunikacji	Studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych
3.	KRAKÓW Uniwersytet Ekonomiczny Wydział Zarządzania Katedra Handlu i Instytucji Rynkowych ul. Rakowicka 27, pok. 214 PL-31-510 Kraków	prof. dr hab. Andrzej Szromnik szromnia@aek.krakow.pl tel. + 48 12 293 52 82	Kierunek: Zarządzanie i marketing. Specjalność: Zarządzanie sprzedażą w produkcji i handlu	Studia stacjonarne i niestacjonarne	Marketing targowy, Marketing wystawienniczy, Instytucje rynkowe, Targi w gospodarce rynkowej	Studenci studiów stacjonarnych
4.	ŁÓDŹ Uniwersytet Łódzki Wydział Studiów Międzynarodowych i Politologicznych Katedra Marketingu Międzynarodowego i Dystrybucji ul. Narutowicza 59a PL-90-131 Łódź	prof. dr hab. Tomasz Domański tomdom@uni.lodz.pl tel. + 48 42 665 58 35	Wykłady z tematyki targowej w ramach kilku kierunków, m.in. Stosunki międzynarodowe (brak odrębnego przedmiotu w całości poświęconego problematyce targów i wystaw)	Studia stacjonarne	Marketing terytorialny, Marketing strategiczny, (Strategia promocji, Komunikacja z rynkiem)	Studenci studiów dziennych
			Seminarium magisterskie na kierunku: Stosunki międzynarodowe	Studia stacjonarne	Pozycjonowanie miasta jako ośrodka turystyki kongresowo-wystawienniczej	Studenci studiów stacjonarnych
5.	POZNAŃ Uniwersytet Ekonomiczny Wydział Gospodarki Międzynarodowej Katedra Handlu Międzynarodowego Wydział Zarządzania Katedra Strategii Marketingowych Collegium Altum pok. 617a, pok. 726 al. Niepodległości 10 PL-60-967 Poznań	prof. dr hab. Henryk Mruk h.mruk@ue.poznan.pl tel. + 48 61 854 37 70  dr Marek Zieliński m.zielinski@ue.poznan.pl tel. + 48 61 854 37 75  dr Grzegorz Leszczyński g.leszczyński@ue.poznan.pl tel. + 48 61 854 37	Komunikacja i promocja w biznesie	Studia podyplomowe	Targi	Pracownicy działów marketingu
			Wykłady z tematyki targowej w ramach kierunku: Zarządzanie i marketing	Studia stacjonarne	Podstawy marketingu, Strategia promocji	Studenci studiów stacjonarnych
			Kierunek: Biznes Międzynarodowy	Studia stacjonarne	Targi i wystawy międzynarodowe	Studenci studiów stacjonarnych
			Przedmiot do wyboru na specjalności Komunikacja w biznesie (Wydział Zarządzania, III rok)	Studia stacjonarne	Targi i eventy	Studenci studiów stacjonarnych
6.	RZESZÓW Politechnika Rzeszowska Wydział Zarządzania Katedra Marketingu 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	Zarządzanie sprzedażą	Studia podyplomowe	Komunikacja targowa	Pracownicy działów zakupów, sprzedaży i marketingu
			Zarządzanie marketingiem na rynku business-to-business	Studia podyplomowe		
6.	RZESZÓW Politechnika Rzeszowska Wydział Zarządzania Katedra Marketingu 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, Specjalność: Profesjonalny menedżer	Studia stacjonarne i niestacjonarne drugiego stopnia	Targi i wystawy gospodarcze, Marketing wystawienniczy	Studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych
			Tematyka targowa jest obecna w ramach seminarium dyplomowego	Studia stacjonarne i niestacjonarne drugiego stopnia	Zagadnienia dotyczące przygotowania oraz realizacji wystąpień targowych	Studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych

7.	<p>WARSZAWA Akademia Leona Koźmińskiego Katedra Marketingu</p> <p>ul. Jagiellońska 59 PL-03-301 Warszawa</p>	<p>prof. dr hab. Lechosław Garbarski lech@wspiz.edu.pl tel. + 48 22 519 21 37</p> <p>prof. dr hab. Anna Olejniczuk-Merta merta@wspiz.edu.pl</p> <p>dr Magdalena Krzyżanowska mkrzyz@wspiz.edu.pl</p> <p>dr Teresa Taranko teresataranko@o2.pl</p>	<p>Wykłady z tematyki targowej w ramach kilku kierunków (brak odrębnego przedmiotu w całości poświęconego problematyce targów i wystaw)</p>	<p>Studia stacjonarne i niestacjonarne</p>	<p>Marketing, Promocja, Marketing usług, Badania marketingowe, Euromarketing</p>	<p>Studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych</p>
8.	<p>WARSZAWA Szkoła Główna Handlowa</p> <p>Kolegium Zarządzania i Finansów Katedra Rynku i Marketingu, Katedra Biznesu Międzynarodowego, Katedra Poziomu Życia i Konsumpcji</p> <p>Kolegium Gospodarki Światowej Instytut Międzynarodowego Zarządzania i Marketingu</p> <p>Budynek F al. Niepodległości 164 PL-02-554 Warszawa</p>	<p>prof. dr hab. Lechosław Garbarski lgarbar@sgh.waw.pl</p> <p>prof. dr hab. Ireneusz Rutkowski irutko@sgh.waw.pl</p> <p>prof. dr hab. Andrzej Sznajder asznaid@sgh.waw.pl</p> <p>prof. dr hab. Jolanta Mazur jmazur2@sgh.waw.pl</p> <p>dr Teresa Dudzik tdudzi@sgh.waw.pl</p> <p>dr Ewa Baranowska-Prokop ebarano@sgh.waw.pl</p> <p>prof. dr hab. Elżbieta Duliniec edulin@sgh.waw.pl</p> <p>prof. dr hab. Tomasz Golebiowski tgoleb@sgh.waw.pl</p> <p>dr Mroslawa Janoś-Kresło mjanos@sgh.waw.pl</p>	<p>Wykłady z tematyki targowej w ramach kilku kierunków (brak odrębnego przedmiotu w całości poświęconego problematyce targów i wystaw)</p>	<p>Studia stacjonarne i niestacjonarne</p>	<p>Marketing, Marketing międzynarodowy, Marketing na rynku instytucjonalnym, Marketing usług, Marketing w handlu</p>	<p>Studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych</p>
9.	<p>WROCLAW Wyższa Szkoła Handlowa Wydział Ekonomiczno-Menedżerski Katedra Handlu i Marketingu</p> <p>ul. Fabryczna 14 PL-53-609 Wrocław</p>	<p>prof. dr hab. Miroslawa Pluta-Oleamnik pluta@olearnik.pl tel. + 48 71 333 11 02 + 48 71 333 11 12</p>	<p>Wykłady z tematyki targowej w ramach kierunków: Zarządzanie oraz Turystyka i rekreacja (brak odrębnego przedmiotu w całości poświęconego problematyce targów i wystaw)</p>	<p>Studia pierwszego i drugiego stopnia</p>	<p>Podstawy marketingu, Promocja/Komunikacja marketingowa, Marketing targowy (wykład do wyboru)</p>	<p>Studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych</p>
			<p>Tematyka targowa jest też obecna w ramach seminarium magisterskiego oraz licencjackiego</p>	<p>Studia pierwszego i drugiego stopnia</p>	<p>Zagadnienia z zakresu organizacji i marketingu targów</p>	<p>Studenci studiów stacjonarnych drugiego stopnia</p>
			<p>Marketing i sprzedaż</p>	<p>Studia podyplomowe</p>	<p>Profesjonalne przygotowanie do imprez targowej/wystawienniczej</p>	<p>Pracownicy działów marketingu i inni</p>

Polska Izba Przemysłu Targowego, maj 2011, ul. Głogowska 26, 60-734 Poznań, tel. +48 61 866 15 32, +48 61 869 22 45, fax +48 61 866 10 53, e-mail: info@polfair.com.pl, halina.trawa@polfair.com.pl, m.lukaszewicz@polfair.com.pl, http://www.polfair.com.pl

## STAN EDUKACJI TARGOWEJ W POLSCE

W porównaniu do poprzednich lat ilość ośrodków akademickich, w których prowadzi się zajęcia dydaktyczne poświęcone szczególnie kwestiom związanym z uczestnictwem w targach oraz wystawach gospodarczych, nie uległa zmianie. Na tej podstawie trudno jednak wyciągać wnioski dotyczące braku rozwoju edukacji targowej w Polsce. W naszym kraju nie istnieje bowiem jeden system, który gromadziłby informacje o wszystkich zajęciach dydaktycznych z marketingu wystawienniczego. Jediną instytucją, która stara się pozyskiwać i systematyzować informacje na ten temat, jest Polska Izba Przemysłu Targowego.

Na podstawie zebranych doświadczeń oraz rozmów, jakie udało się przeprowadzić

z pracownikami naukowo-dydaktycznymi z różnych miast, można stwierdzić, że dzięki prowadzonym wykładom i ćwiczeniom spora grupa studentów corocznie wykazuje zainteresowanie tematyką targów. Przejawia się to w postaci wielu obron prac dyplomowych poświęconych wydarzeniom wystawienniczym. Ponadto studenci uczestniczą w targach w charakterze zwiedzających, co stanowi najlepszą okazję do skonfrontowania zdobytej wiedzy z praktyką. Osoby kształcące się w ramach studiów niestacjonarnych (dawniej określanych, jako zaoczne) i pracujące w różnych firmach często mają okazję wyjeżdżać na targi w celach zawodowych. Z kolei niektórzy studenci studiów stacjonarnych (dziennych) biorą udział w targach w ra-

mach wyjazdów organizowanych przez koła naukowe.

Można mieć nadzieję, że w przyszłości kolejne polskie uczelnie podejmą się realizowania zajęć dydaktycznych poświęconych wydarzeniom wystawienniczym. Jednak, aby tak się stało, niezbędne jest ciągle i zakrojone na szeroką skalę popularyzowanie idei edukacji targowej w szkołach wyższych.

**dr Marcin Gębarowski**  
autor jest adiunktem w Katedrze  
Marketingu Politechniki Rzeszowskiej



# REKOMENDACJE

## POLSKIEJ IZBY PRZEMYSŁU TARGOWEGO

### CERTYFIKATY JAKOŚCI DLA WYRÓŻNIAJĄCYCH SIĘ TARGÓW PIPT

#### TARGI

SPEŁNIAJĄCE KRYTERIA REGULAMINOWE, WŚRÓD KTÓRYCH ZA NAJWAŻNIEJSZE UZNAJE SIĘ PODDANIE DANYCH STATYSTYCZNYCH TARGÓW AUDYTOWI ZGODNIE ZE „STANDARDAMI OBLICZENIOWYMI I DEFINICJAMI STATYSTYCZNYMI PIPT”

---

**INTERBUD** – Targi Budowlane

**REHABILITACJA** – Targi Sprzętu Rehabilitacyjnego oraz Sprzętu dla Osób Niepełnosprawnych

**BOATSHOW** – Targi Żeglarstwa i Sportów Wodnych

Organizator:

Interservis sp. z o.o.  
ul. Stefanowskiego 24, 90-537 Łódź  
tel. +48 42 637 12 15, fax +48 42 639 79 80  
www.interservis.pl, biuro@interservis.pl

---

**TIWS** Międzynarodowe Targi Infrastruktury Wodno-Ściekowej

Organizator:

Targi Kielce S.A.  
ul. Zakładowa 1, 25-672 Kielce  
tel. +48 41 365 12 22, fax +48 41 345 62 61  
www.targikielce.pl, biuro@targikielce.pl

---

**KONSERWACJE** – Targi Konserwatorskie

Organizator:

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  
www.targitorunskie.pl, biuro@targitorunskie.pl

---

**KRAKIDENT** – Targi Stomatologiczne w Krakowie

**Edu.pl** – Targi Edukacyjne w Krakowie

**SPA & WELLNESS** – Targi Wyposażenia, Usług i Obiektów

**MUSIC MEDIA** – Targi Instrumentów Muzycznych, Sprzętu Muzycznego, Scenicznego i Oświetleniowego

**EUROTOOL** – Targi Obrabiarek, Narzędzi i Urządzeń do Obróbki Materiałów

**Targi Książki** w Krakowie

**HORECA** – Międzynarodowe Targi Wyposażenia Hoteli i Gastronomii / **GASTROFOOD** – Targi Artykułów Spożywczych i Napojów dla Gastronomii

**DENTAMED** – Dolnośląskie Targi Stomatologiczne

Organizator:

Targi w Krakowie sp. z o.o.  
ul. Centralna 41A, 31-586 Kraków  
tel. +48 12 644 81 65, fax +48 12 644 61 41  
www.targi.krakow.pl, biuro@targi.krakow.pl



# rekomendacja

Polskiej Izby Przemysłu Targowego

# REKOMENDACJE

## POLSKIEJ IZBY PRZEMYSŁU TARGOWEGO

### CERTYFIKATY JAKOŚCI DLA WYRÓŻNIAJĄCYCH SIĘ CZŁONKÓW PIPT

## FIRMY TARGOWE

KTÓRE OTRZYMAŁY KORPORACYJNY ZNAK KWALIFIKACYJNY W UZNANIU WYSOKIEJ JAKOŚCI ŚWIADCZONYCH USŁUG TARGOWYCH:

#### **Abisal sp. z o.o.**

ul. Strzałkowskiego 26/6a, 60-855 Poznań  
tel./fax +48 61 848 36 45, +48 61 848 10 90  
e-mail: abisal@neostrada.pl  
<http://www.abisal.com.pl>

#### **Antares Studio i Grupa**

ul. Rzgowska 102, lok. 32, 93-153 Łódź  
tel. +48 42 682 25 32, +48 42 682 25 51, +48 502 030 231  
fax +48 42 682 43 12  
biuro@stoiskatargowe.pl  
[www.stoiskatargowe.pl](http://www.stoiskatargowe.pl)

#### **A.S. Messe Consulting sp. z o.o.**

ul. Kazachska 1/57, 02-999 Warszawa  
tel. +48 22 855 24 90, +48 22 855 24 92  
fax +48 22 855 47 88  
e-mail: biuro@as-messe.pl, promocja@as-messe.pl  
<http://www.as-messe.pl>

#### **A-Z Zdzisław Filipiak**

Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe sp. z o.o.  
ul. Poprzeczna 3, 62-005 Owińska  
tel. +48 61 875 26 72, +48 61 875 26 74  
fax +48 61 875 26 72  
office@a-z.com.pl  
[www.a-z.com.pl](http://www.a-z.com.pl)

#### **Fairtex Service Przedsiębiorstwo Usług Targowych**

ul. Porzeczkowa 39, 61-306 Poznań  
tel. +48 61 870 55 21  
fax +48 61 870 50 23  
fairtex@o2.pl, fairtex@neostrada.pl  
[www.fairtex.com.pl](http://www.fairtex.com.pl)

#### **Maxpol Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe sp. z o.o.**

ul. Hoża 86, 00-682 Warszawa  
tel. +48 22 628 06 21, +48 22 629 96 21, +48 22 625 14 08  
fax +48 22 621 03 73  
maxpol@maxpol-targi.com.pl  
[www.maxpol-targi.com.pl](http://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](http://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, +48 91 464 44 89  
e-mail: office@mts.pl  
<http://www.mts.pl>

#### **Messe-Projekt s.c. P. Szczepaniak & R. Molewski**

ul. Konopnickiej 5, 60-771 Poznań  
tel. +48 61 865 89 87, +48 61 865 20 08  
fax +48 61 865 89 82  
marketing@messeprojekt.pl  
[www.messeprojekt.pl](http://www.messeprojekt.pl)

#### **Partner sp. z o.o.**

ul. Bobrownicka 1C, 61-306 Poznań  
tel. +48 61 870 51 23, +48 61 872 60 11, +48 61 872 62 64  
fax +48 61 870 51 23, +48 61 872 60 11, +48 61 870 51 23  
partner@partner.targi.pl  
[www.partner.targi.pl](http://www.partner.targi.pl)

#### **Pracownia Sztuk Plastycznych sp. z o.o.**

ul. Finlandzka 10, 03-903 Warszawa  
tel. +48 22 617 41 91  
fax +48 22 617 41 91 w.102  
psp@psp.com.pl  
[www.psp.com.pl](http://www.psp.com.pl)

#### **Promocja s.c. W. Gola, B. Gola – Przedsiębiorstwo Organizacji Wystaw i Obsługi Targów**

ul. Tatarakowa 4, 61-680 Poznań  
Biuro Obsługi Klienta  
ul. Śniadeckich 11/2, 60-773 Poznań  
tel. +48 61 866 50 58, +48 61 866 63 84  
fax +48 61 865 80 47, +48 61 865 61 20  
e-mail: info@promocja-w-gola.com.pl  
<http://www.promocja-w-gola.com.pl>

#### **Transmeble International sp. z o.o.**

**Przedsiębiorstwo Międzynarodowej Spedycji Targowej**  
ul. Łacina 1, 61-132 Poznań  
tel. +48 61 865 68 01, +48 61 865 68 07, fax +48 61 865 68 01  
e-mail: office@transmeble.com.pl  
<http://www.transmeble.com.pl>

#### **Warszawskie Centrum Expo XXI sp. z o.o.**

ul. Prądzińskiego 12/14, 01-222 Warszawa  
tel. +48 22 256 71 30  
fax +48 22 256 71 11  
sales@expoxxi.pl  
[www.expoxxi.pl](http://www.expoxxi.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](http://www.world-expo.com.pl)

## CZŁONKOWIE POLSKIEJ IZBY PRZEMYSŁU TARGOWEGO

(AKTUALNY STAN: MAJ 2011)

## ORGANIZATORZY TARGÓW



■ Demuth Alfa sp. z o.o. Ostróda S.K.A.  
ul. Grunwaldzka 55, 14-100 Ostróda  
tel. +48 89 647 78 00, +48 785 854 511  
e-mail: siebielec@ostroda-mtm.pl  
<http://www.ostroda-mtm.pl>



■ easyFairs Poland sp. z o.o.  
ul. Centralna 41a, 31-586 Kraków  
tel. +48 12 651 95 20  
fax +48 12 651 95 22  
e-mail: poland@easyfairs.com  
<http://www.easyfairs.com>



■ 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  
e-mail: info@exactus.pl  
<http://www.exactus.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  
e-mail: info@geoservice.pl  
<http://www.geoservice.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  
e-mail: biuro@interservis.pl  
<http://www.interservis.pl>



■ Maxpol sp. z o.o.  
Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe  
ul. Hoża 86, 00-682 Warszawa  
tel. +48 22 628 06 21, +48 22 629 96 21  
fax +48 22 621 03 73  
e-mail: maxpol@maxpol-targi.com.pl  
<http://www.maxpol-targi.com.pl>



■ Międzynarodowe Centrum Targowe sp. z o.o.  
ul. Finlandzka 10, 03-903 Warszawa  
tel. +48 22 617 30 42, fax +48 22 617 41 91 wew. 105  
e-mail: mct@mct.com.pl  
<http://www.mct.com.pl>



■ Międzynarodowe Targi Gdańskie S.A.  
ul. Beniowskiego 5, 80-382 Gdańsk  
tel. +48 58 554 92 00  
fax +48 58 552 21 68  
e-mail: sekretariat@mtgsa.com.pl  
<http://www.mtgsa.com.pl>



■ Międzynarodowe Targi Katowickie sp. z o.o.  
ul. Bytkowska 1b, 40-955 Katowice  
tel. +48 32 789 91 00  
fax +48 32 254 02 27  
e-mail: info@mtk.katowice.pl  
<http://www.mtk.katowice.pl>



■ Międzynarodowe Targi Lubelskie Spółka Akcyjna  
ul. Dworcowa 11, 20-406 Lublin  
tel. +48 81 534 46 14, +48 81 532 44 62  
fax +48 81 534 92 95  
e-mail: mtl@targi.lublin.pl  
<http://www.targi.lublin.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  
e-mail: info@mtp.pl  
<http://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, +48 91 464 44 89  
e-mail: office@mts.pl  
<http://www.mts.pl>



■ Międzynarodowe Targi Warmii i Mazur s.c.  
Lech Grabowski – Wanda Misiak  
al. J. Piłsudskiego 44, 10-577 Olsztyn  
tel./fax +48 89 534 40 44, +48 89 534 59 18  
e-mail: targi@targiwim.olsztyn.pl  
<http://www.targiwim.olsztyn.pl>



■ 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  
e-mail: biuro@muratorexpo.pl  
<http://www.muratorexpo.pl>



■ Polska Technika Górnicza S.A.  
ul. Budowlanych 168, 43-100 Tychy  
tel. +48 32 323 42 10  
fax +48 32 323 42 22  
e-mail: ptg@ptg.info.pl  
<http://www.ptg.info.pl>



■ 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  
e-mail: info@sawo.pl  
<http://www.sawo.pl>



■ Targi Kielce S.A.  
ul. Zakładowa 1, 25-672 Kielce  
tel. +48 41 365 12 22  
fax +48 41 345 62 61  
e-mail: biuro@targikielce.pl  
<http://www.targikielce.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  
e-mail: biuro@targitorunskie.pl  
<http://www.targitorunskie.pl>



### Targi w Krakowie

■ Targi w Krakowie sp. z o.o.  
ul. Centralna 41a, 31-586 Kraków  
tel. +48 12 644 81 65, +48 12 644 59 32  
fax +48 12 644 61 41  
e-mail: biuro@targi.krakow.pl  
<http://www.targi.krakow.pl>



■ 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  
e-mail: biuro@wiatr iwoda.pl  
<http://www.wiatr iwoda.pl>

### ZARZĄD TARGÓW WARSZAWSKICH S.A.

■ Zarząd Targów Warszawskich S.A.  
ul. Puławska 12a, 02-566 Warszawa  
tel. +48 22 849 60 06, +48 22 849 60 71  
fax +48 22 849 35 84  
e-mail: ztw@ztw.pl  
<http://www.ztw.pl>



■ ZIAD Bielsko-Biała S.A.  
al. Armii Krajowej 220, 43-316 Bielsko-Biała  
tel. +48 33 813 82 40, +48 33 813 82 01  
fax +48 33 814 22 31, +48 33 813 82 33  
e-mail: sekretariat@ziad.bielsko.pl  
<http://www.ziad.bielsko.pl>

## OPERATORZY OBIEKTÓW TARGOWYCH



■ Demuth Alfa sp. z o.o. Ostróda S.K.A.  
ul. Grunwaldzka 55, 14-100 Ostróda  
tel. +48 89 647 78 00, +48 785 854 511  
e-mail: siebielec@ostroda-mtm.pl  
<http://www.ostroda-mtm.pl>



■ Międzynarodowe Targi Gdańskie S.A.  
ul. Beniowskiego 5, 80-382 Gdańsk  
tel. +48 58 554 92 00  
fax +48 58/ 552 21 68  
e-mail: sekretariat@mtgsa.com.pl  
<http://www.mtgsa.com.pl>



**Międzynarodowe Targi Lubelskie S.A.**

■ Międzynarodowe Targi Lubelskie Spółka Akcyjna  
ul. Dworcowa 11, 20-406 Lublin  
tel. +48 81 534 46 14, +48 81 532 44 62  
fax +48 81 534 92 95  
e-mail: mtl@targi.lublin.pl  
http://www.targi.lublin.pl

**MTPolska**

■ Międzynarodowe Targi Polska sp. z o.o.  
ul. Makowska 95, 04-307 Warszawa  
tel. +48 22 529 39 20  
fax +48 22 529 39 76  
e-mail: info@mtpolska.com.pl  
http://www.halamtpolska.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  
e-mail: info@mtp.pl  
http://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, +48 91 464 44 89  
e-mail: office@mts.pl, http://www.mts.pl



■ Międzynarodowe Targi Katowickie sp. z o.o.  
ul. Bytkowska 1b, 40-955 Katowice  
tel. +48 32 789 91 00, fax +48 32 254 02 27  
e-mail: info@mtk.katowice.pl  
http://www.mtk.katowice.pl



■ Targi Kielce S.A.  
ul. Zakładowa 1, 25-672 Kielce  
tel. +48 41 365 12 22, fax +48 41 345 62 61  
e-mail: biuro@targikielce.pl  
http://www.targikielce.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  
e-mail: biuro@targitorunskie.pl  
http://www.targitorunskie.pl



**Targi w Krakowie**

■ Targi w Krakowie sp. z o.o.  
ul. Centralna 41a, 31-586 Kraków  
tel. +48 12 644 81 65, +48 12 644 59 32  
fax +48 12 644 61 41  
e-mail: biuro@targi.krakow.pl  
http://www.targi.krakow.pl

**PRZEDSTAWICIELSTWA TARGÓW ZAGRANICZNYCH**



■ A.S. Messe Consulting Sp. z o.o.  
ul. Kazachska 1/57, 02-999 Warszawa  
tel. +48 22 855 24 90, +48 22 855 24 92  
fax +48 22 855 47 88  
e-mail: biuro@as-messe.pl, promocja@as-messe.pl  
http://www.as-messe.pl



**TARGI LIPSKIE POLSKA**

■ Targi Lipskie Polska sp. z o.o.  
al. Jana Pawła II 29, 00-867 Warszawa  
tel. +48 22 653 65 52 (53, 54)  
fax +48 22 653 65 51  
e-mail: info@targilipskie.pl  
http://www.targilipskie.pl

**ORGANIZATORZY WYSTĄPIEŃ TARGOWYCH ZA GRANICĄ**



■ Eltar Tęsa Elżbieta  
ul. Garibaldięgo 4, lok. 18a, 04-078 Warszawa  
tel. +48 22 617 25 55, +48 22 617 12 02  
fax +48 22 617 33 23  
e-mail: biuro@eltar-targi.com.pl  
http://www.eltar-targi.com.pl



KORPORACJA  
INICJATYW  
GOSPODARCZYCH  
Sp. z o.o.

■ Korporacja Inicjatyw Gospodarczych sp. z o.o.  
ul. Rakowiecka 36, lok. 115, 02-532 Warszawa  
tel. +48 22 849 42 52  
fax +48 22 849 31 36  
e-mail: info@korporacja.waw.pl  
http://www.korporacja.waw.pl





■ Maxpol sp. z o.o.  
Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe  
ul. Hoża 86, 00-682 Warszawa  
tel. +48 22 628 06 21, +48 22 629 96 21  
fax +48 22 621 03 73  
e-mail: maxpol@maxpol-targi.com.pl  
<http://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  
e-mail: info@mtp.pl  
<http://www.mtp.pl>



■ Polexpo Exhibitions sp. z o.o.  
ul. Słoneczna 26, 05-816 Michałowice  
tel. +48 22 658 18 18, +48 22 658 18 19  
fax +48 22 822 09 79, +48 22 883 02 97  
e-mail: poczta@polexpo.pl  
<http://www.polexpo.pl>

## PROJEKTOWANIE, BUDOWA, WYPOSAŻANIE STOISK



■ A-Z Zdzisław Filipiak  
Przedsiębiorstwo Handlowo-Uslugowe sp. z o.o.  
ul. Poprzeczna 3, 62-005 Owińska  
tel. +48 61 875 26 72, +48 61 875 26 74  
fax +48 61 875 26 72  
office@a-z.com.pl  
[www.a-z.com.pl](http://www.a-z.com.pl)



■ Abisal sp. z o.o.  
ul. Strzałkowskiego 26/6a, 60-855 Poznań  
tel./fax +48 61 848 36 45, +48 61 848 10 90  
e-mail: abisal@neostrada.pl  
<http://www.abisal.com.pl>



■ Abyss s.c.  
Małgorzata i Krzysztof Szofer  
ul. Sadnicka 19, 60-187 Poznań  
tel. +48 61 868 23 52, +48 61 868 11 98  
fax +48 61 868 2714  
e-mail: biuro@abyss.pl  
<http://www.abyss.pl>



■ 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  
e-mail: info@sawo.pl  
<http://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  
e-mail: office@world-expo.com.pl  
<http://www.world-expo.com.pl>



■ Agencja Majakar  
ul. Aleksandrowska 16/43, 91-120 Łódź  
tel./fax +48 42 611 10 04  
e-mail: majakar@majakar.com.pl  
<http://majakar.com.pl>



■ Allmax Firma Handlowo-Uslugowa  
Jacek Gaik  
ul. Siemiaszki 1, 31-201 Kraków  
tel: +48 12 393 34 05, +48 509 832 231  
e-mail: biuro@allmax.krakow.pl  
<http://www.allmax.pl>



■ AMAKO EXPO s.c.  
ul. Gdyńska 19-21, 31-323 Kraków  
tel: +48 12 416 78 13  
fax + 48 12 416 78 18  
e-mail: biuro@amakoexpo.pl  
<http://www.amakoexpo.pl>



■ Antares Studio i Grupa  
ul. Rzgowska 102, lok. 32, 93-153 Łódź  
tel. +48 42 682 25 32, +48 42 682 25 51  
fax +48 42 682 43 12  
e-mail: [biuro@stoiskatargowe.pl](mailto:biuro@stoiskatargowe.pl)  
<http://www.stoiskatargowe.pl>



■ Architect R.Ch. Design  
ul. Trzebiatowska 47, 60-423 Poznań  
tel. +48 61 848 89 91  
tel./fax +48 61 848 88 51  
e-mail: [ar.design@post.pl](mailto:ar.design@post.pl)  
<http://www.rchdesign.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  
e-mail: [info@elstar.poznan.pl](mailto:info@elstar.poznan.pl)  
<http://www.elstar.poznan.pl>



■ Expo Linia sp. z o.o.  
ul. Dąbrowskiego 298, 60-406  
Luboń k. Poznania  
tel./fax +48 61 813 12 24, +48 61 813 10 23  
e-mail: [biuro@expolinia.pl](mailto:biuro@expolinia.pl)  
<http://www.expolinia.pl>



■ EXPO-PLAN Adam Konieczny  
ul. Śniadeckich 9/1, 60-773 Poznań  
tel./fax +48 61 865 9600, 865 9843  
e-mail: [info@expo-plan.com.pl](mailto:info@expo-plan.com.pl)  
<http://www.expo-plan.com.pl>



■ Expo-System sp. z o.o.  
ul. Orzeszkowej 9/11, 60-778 Poznań  
tel. +48 61 865 78 08  
tel./fax +48 61 865 78 10  
e-mail: [info@expo-system.com.pl](mailto:info@expo-system.com.pl)  
<http://www.expo-system.com.pl>



■ Extend Vision sp. z o.o.  
ul. Jasna 32a, 31-227 Kraków  
tel./fax +48 12 415 51 11  
e-mail: [biuro@extendvision.pl](mailto:biuro@extendvision.pl)  
<http://www.wystawa.pl>  
<http://www.extendvision.pl>



■ Fairtex-Service  
Przedsiębiorstwo Usług Targowych  
ul. Porzeczkowa 39, 61-306 Poznań  
tel. +48 61 870 55 21  
fax +48 61 870 50 23  
e-mail: [fairtex@o2.pl](mailto:fairtex@o2.pl), [fairtex@neostrada.pl](mailto:fairtex@neostrada.pl)  
<http://www.fairtex.com.pl>

## HELLWING EXPO

■ Hellwing Expo  
Expo Targi Wystawy Wnętrza  
ul. Lipcowa 33, 62-081 Przeźmierowo k. Poznania  
tel. +48 61 816 10 95, +48 606 944 655  
fax +48 61 652 57 11  
e-mail: [hellwingexpo@life.pl](mailto:hellwingexpo@life.pl)  
<http://www.hellwingexpo.com.pl>



**hermes** exhibitions

■ Hermes Studio Expo  
Krzysztof Boczkowski  
ul. Mickiewicza 33, 60-837 Poznań  
tel. +48 61 847 60 01 w. 239  
fax +48 61 841 18 81  
e-mail: [biuro@hermes.poznan.pl](mailto:biuro@hermes.poznan.pl)  
<http://www.hermes.poznan.pl>



■ Inexpo – Poznańska Agencja Targowa  
Jan Lisiak, Piotr Wojewodzic 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, +48 61 865 80 44  
e-mail: [targi@inexpo.com.pl](mailto:targi@inexpo.com.pl)  
<http://www.inexpo.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  
e-mail: [biuro@inter-markgroup.com](mailto:biuro@inter-markgroup.com)  
<http://www.inter-markgroup.com>

**intermedia**

■ Intermedia sp. z o.o.  
ul. Szkoty Orłąt 4, 03-984 Warszawa  
tel. +48 22 673 33 70  
fax +48 22 673 33 71  
e-mail: intermedia@imtargi.pl  
<http://www.imtargi.pl>



■ JMT Polska sp. z o.o.  
ul. Fabianowska 151/153, 62-052 Komorniki k. Poznania  
tel. +48 61 864 35 87, +48 61 840 82 18  
fax +48 61 864 38 46  
e-mail: jmt@jmt.poznan.pl  
<http://www.jmt.poznan.pl>



■ Koara Przedsiębiorstwo Promocyjno-Reklamowe  
Ewa Siwek, Grzegorz Siwek s.j.  
ul. Wileńska 33, lok. 2, 03-414 Warszawa  
tel. +48 22 618 58 57, +48 22 618 01 50  
fax +48 22 618 38 31  
e-mail: koara@koara.com.pl  
<http://www.koara.com.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  
e-mail: biuro@labuda.com.pl  
<http://www.labuda.com.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  
e-mail: littera.biuro@use.pl, littera@use.pl  
<http://www.littera.com.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  
e-mail: kosmala@madexpo.com.pl  
<http://www.madexpo.com.pl>



■ MAXPOL sp. z o.o.  
Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe  
ul. Hoża 86, 00-682 Warszawa  
tel. +48 22 628 06 21, 629 96 21, 625 14 08  
fax +48 22 621 0373  
e-mail: maxpol@maxpol-targi.com.pl  
m.ryttel@maxpol-targi.com.pl  
<http://www.maxpol-targi.com.pl>



MELIŃSKI MINUTH

■ 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  
e-mail: biuro@melinski-minuth.com.pl  
<http://www.melinski-minuth.com.pl>



■ Messe-Projekt s.c.  
P. Szczepaniak & R. Molewski  
ul. Fryderyka Chopina 15A, 62-030 Luboń k/Poznania  
tel. +48 61 813 17 56  
fax +48 61 813 17 56  
e-mail: marketing@messeprojekt.pl  
<http://www.messeprojekt.pl>



■ Messe-System  
Zakład Usługowo-Handlowy  
Biuro Obsługi Klienta  
ul. Śniadeckich 60, 61-311 Poznań  
tel./fax +48 61 865 19 31  
tel. +48 61 865 99 14  
e-mail: info@messe.com.pl  
<http://www.messe.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  
e-mail: info@mtp.pl  
<http://www.mtp.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  
e-mail: info@octanorm.pl  
<http://www.octanorm.pl>



■ Partner  
ul. Bobrownicka 1c, 61-306 Poznań  
tel./fax +48 61 870 51 23, +48 61 872 60 11  
e-mail: partner@partner.targi.pl  
http://www.partner.targi.pl



■ Plus Eweld Przedsiębiorstwo Handlowo-Uslugowe  
os. Rzeczypospolitej 14/36, 61-397 Poznań  
tel./fax +48 61 661 36 37  
e-mail: biuro@eweld.pl, http://www.eweld.pl



■ Pracownia Sztuk Plastycznych sp. z o.o.  
ul. Finlandzka 10, 03-903 Warszawa  
tel. +48 22 617 41 91  
fax +48 22 617 41 91 w. 102  
e-mail: psp@psp.com.pl  
http://www.psp.com.pl



■ Probudex  
Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowo-Uslugowe sp. z o.o.  
ul. Mazowiecka 68a/67, 30-019 Kraków  
Biuro Obsługi Klienta  
ul. Vetulaniego 1a, 31-227 Kraków  
tel. +48 12 415 69 35  
fax +48 12 415 68 53  
e-mail: biuro@probudex.com.pl  
http://www.probudex.com.pl



■ Promocja s.c.  
W. Gola, B. Gola –  
Przedsiębiorstwo Organizacji Wystaw i Obsługi Targów  
ul. Tatarakowa 4, 61-680 Poznań  
Biuro Obsługi Klienta  
ul. Śniadeckich 11/2, 60-773 Poznań  
tel. +48 61 866 50 58, +48 61 866 63 84  
fax +48 61 865 80 47, +48 61 865 61 20  
e-mail: info@promocja-w-gola.com.pl  
http://www.promocja-w-gola.com.pl



■ Simpex Przedsiębiorstwo Usługowo-Handlowe  
ul. Lodowa 8, 60-226 Poznań  
tel./fax +48 61 852 55 94  
tel. +48 601 267 740  
e-mail: simpex.targi@wp.pl  
http://www.simpextargi.pl



■ Targo-Rent  
Kompleksowe Zabudowy Stoisk Targowych  
ul. Leśna 7, 62-023 Robakowo k. Poznania  
tel./fax +48 61 819 83 44, +48 61 898 05 33  
e-mail: biuro@targorent.pl  
http://www.targorent.pl



Kompleksowa Zabudowa Stoisk Targowych

■ Tecon Service  
Kompleksowa Zabudowa Stoisk Targowych  
ul. Matejki 60, 60-770 Poznań  
tel. +48 61 865 82 28, +48 61 652 36 45  
fax +48 61 865 69 09  
e-mail: biuro@tecon.poznan.pl  
http://www.tecon.poznan.pl



■ Tomex  
Wielobranżowe Przedsiębiorstwo Handlowo-Uslugowe  
ul. Słoneczna 17, 86-031 Osielsko k. Bydgoszczy  
tel. +48 52 381 39 37, +48 52 381 31 10  
fax +48 52 381 39 37, +48 52 381 36 07  
e-mail: biuro@tomex.pl  
http://www.tomex.pl



■ VON HAGEN POLSKA sp. z o.o.  
ul. Chmielna 5/7, 00-021 Warszawa  
tel. +48 22 827 57 11  
fax +49 0 5235 9525 75  
e-mail: info@vonhagen.pl  
http://www.vonhagen.net/pl

■ WMG Studio  
Magdalena Gyurkovich  
tel. +48 602 628 123  
fax +48 61 825 08 64  
e-mail: pracownia@wmgstudio.pl

## TRANSPORT I SPEDYCJA TARGOWA



■ 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  
e-mail: anne@anneberg.com.pl, <http://www.anneberg.com.pl>



■ C. Hartwig Gdynia S.A.  
ul. Derdowskiego 7, 81-369 Gdynia  
tel. +48 58 690 00 00, fax +48 58 690 00 01  
e-mail: expo@chg.pl, <http://www.chg.pl>

■ C. Hartwig - Targi sp. z o.o.  
ul. Równa 9/1, 03-418 Warszawa  
tel. +48 22 618 31 50  
e-mail: expo@hartwigtargi.pl, <http://http://www.hartwig-targi.pl>

### ExpoSped

■ Exposped sp. z o.o.  
ul. Prądzyńskiego 12/14, 01-222 Warszawa  
tel. +48 22 256 71 72, +48 22 256 71 73  
fax +48 22 256 71 71  
e-mail: exposped@exposped.com.pl, <http://www.exposped.com.pl>

### hansa messe speed

■ Hansa Messe Speed sp. z o.o.  
ul. Skarbka 37, 60-348 Poznań  
tel. +48 61 662 44 20, +48 61 662 44 30, fax +48 61 662 44 56  
e-mail: info@hansa-messe-speed.com.pl  
<http://www.hansa-messe-speed.com.pl>



■ Transmeble International sp. z o.o.  
Przedsiębiorstwo Międzynarodowej Spedycji Targowej  
ul. Łacina 1, 61-132 Poznań  
tel. +48 61 865 68 01, +48 61 865 68 07, fax +48 61 865 68 01  
e-mail: office@transmeble.com.pl  
<http://www.transmeble.com.pl>



■ Universal Express sp. z o.o.  
ul. Szyszkowa 35/37, 02-285 Warszawa  
tel. +48 22 878 35 00, fax +48 22 878 35 01  
e-mail: fairs@uex.pl, <http://www.universalexpress.pl>

## MEDIA TARGOWE

### AKTUALNOŚCI

■ Aktualności Wydawnictwo Targowe  
Maciej Przybylski  
ul. Dąbrowskiego 23/4, 60-840 Poznań  
tel. +48 61 664 70 00, fax +48 61 664 70 01  
e-mail: aktualnosci@aktualnosci.pl, <http://www.aktualnosci.pl>



■ Agencja Footage Dorota Barełkowska  
ul. Składowa 32, 62-081 Przemierowo k. Poznania  
tel. +48 61 652 37 82, +48 509 465 745  
e-mail: footage@footage.pl, <http://www.footage.pl>



■ Media-Expo  
Wawrzyniec Wierzejewski  
ul. Gwiaździsta 37, 62-020 Swarzędz k. Poznania  
tel. +48 501 736 199, +48 61 817 54 26, fax +48 61 817 54 26  
e-mail: info@media-expo.pl, <http://www.media-expo.pl>

## CONSULTING, BIURA TŁUMACZEŃ, POZOSTAŁE USŁUGI TARGOWE



■ Sapphire Ventures sp. z o.o.  
ul. Prądzyńskiego 12/14, 01-222 Warszawa  
tel. +48 22 256 70 78  
e-mail: mkielbinska@sapphireventures.pl  
<http://www.sapphireventures.pl>

■ Przedsiębiorstwo Usługowe Krystyna Żuchowska  
Zakład Tłumaczeń i Maszynopisania  
ul. Wojskowa 11/13c, lok. 13, 60-802 Poznań  
tel. +48 61 867 56 89, fax +48 61 865 87 24  
e-mail: zucho@info.com.pl, zucho@mail.icpnet.pl  
<http://www.tlumaczenia.org.pl>



■ Połaniecki Przedsiębiorstwo Gastronomiczne  
ul. Wesoła 51, 25-363 Kielce  
tel./fax +48 41 365 12 24, tel. +48 41 365 12 73  
e-mail: biuro@polaniecki.net, <http://www.polaniecki.net>

# NAJWAŻNIEJSI ZAGRANICZNI PARTNERZY POLSKIEJ IZBY PRZEMYSŁU TARGOWEGO



**UFI**

ŚWIATOWE STOWARZYSZENIE PRZEMYSŁU TARGOWEGO

UFI Światowe Stowarzyszenie Przemysłu Targowego (UFI – Global Association of the Exhibition Industry – [www.ufi.org](http://www.ufi.org)) powstało w 1925 roku. Jest największą organizacją Przemysłu Targowego na świecie. Zrzesza obecnie 554 członków z kilkudziesięciu państw na 6 kontynentach. Wśród członków UFI jest 284 organizatorów targów, 62 operatorów obiektów targowych, 122 organizatorów targów zarządzających jednocześnie obiektami targowymi, 49 stowarzyszeń przemysłu targowego i 37 członków stowarzyszonych (partnerów) branży. Obecnie już 861 spośród ponad 4500 organizowanych przez członków UFI posiada status „UFI Approved” Event. Polska Izba Przemysłu Targowego jest członkiem Komitetu Stowarzyszeń UFI.

UFI jest wyjątkowym forum dialogu i skuteczną platformą współpracy oraz wymiany wiedzy i doświadczeń dla profesjonalistów z branży targowej z całego świata. Swoim członkom oferuje różne możliwości w zakresie edukacji i działalności badawczej w przemyśle targowym. UFI promuje targi jako instrument marketingu i komunikacji biznesowej oraz podejmuje najistotniejsze tematy dla branży. Jednym z największych osiągnięć UFI jest wypracowanie spójnej terminologii oraz standardów obliczeniowych dla statystyk targowych. Aktualnie od lipca 2010 standardy i definicje statystyczne UFI dotyczą wszystkich targów posiadających status „UFI Approved Event”.

[www.ufi.org](http://www.ufi.org)



**CENTREX**

MIĘDZYNARODOWY ZWIĄZEK STATYSTYK TARGOWYCH

CENTREX – Międzynarodowy Związek Statystyk Targowych powstał w 1997 r. z inicjatywy ówczesnych liderów rynku targowego Europy Środkowowschodniej: Międzynarodowych Targów Poznańskich, BVV Brno, Incheba Bratysława i Hungexpo (Budapeszt). Centrex zrzeszający obecnie 20 największych organizatorów targów z Bułgarii, Czech, Polski (Międzynarodowe Targi Poznańskie, Targi Kielce), Rumunii, Słowacji, Ukrainy i Węgier spełnia funkcje regionalnej organizacji branży targowej Europy Środkowowschodniej. Jednym z podstawowych zadań, jakie realizuje CENTREX jest audyt danych statystycznych targów. CENTREX jest członkiem UFI i instytucją uprawnioną przez UFI do realizacji audytu statystyk targowych dla targów posiadających status „UFI Approved Event”. CENTREX jest audytorem danych statystycznych targów zorganizowanych przez członków PIPT od 2008.

[www.centrexstat.org](http://www.centrexstat.org)



**AUMA**

STOWARZYSZENIE NIEMIECKIEGO PRZEMYSŁU TARGOWEGO

AUMA – Stowarzyszenie Niemieckiego Przemysłu Targowego to organizacja skupiająca firmy najstarszego i największego rynku targowego Europy. W roku 2007 AUMA obchodziła 100- lecie istnienia. Aktualnie zrzesza 79 członków, a wśród nich kilkudziesięciu organizatorów targów i stowarzyszenia organizatorów targów, stowarzyszenia wystawców i zwiedzających z różnych branż gospodarki, stowarzyszenia producentów i handlu, stowarzyszenia organizatorów wystąpień w targach za granicą i firm świadczących usługi targowe.

[www.auma.de](http://www.auma.de)



**Targi są częścią miksu marketingowego.**

**Tą najskuteczniejszą.**

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

**Targi.**

**Biznes nie może być bardziej bezpośredni.**



Polska Izba Przemysłu Targowego



**rekomendacja**

Polskiej Izby Przemysłu Targowego

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

wszystko o targach

► terminarz ► poradnik wystawcy ► usługi ► wydarzenia ► miasta ►