

O Polskiej Izbie Przemysłu Targowego

Polska Izba Przemysłu Targowego powstała w 2006 roku. Jest ogólnopolską izbą gospodarczą, 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 kontynuatorem dorobku Polskiej Korporacji Targowej, która działała od 1993 roku. Siedzibą Izby jest miasto Poznań. Najwyższymi organami Polskiej Izby Przemysłu Targowego są Walne Zgromadzenie oraz Rada.

Członkowie Polskiej Izby Przemysłu Targowego reprezentują przekrój wszystkich graczy rynku targowego. Są to przede wszystkim organizatorzy targów, operatorzy obiektów targowo – konferencyjnych w Polsce, przedsiębiorstwa oferujące usługi w zakresie projektowania, budowy i wyposażania stoisk targowych oraz transportu i spedycji targowej, organizatorzy wystąpień polskich firm w targach za granicą oraz przedstawicielstwa targów zagranicznych w Polsce. Do Izby należą również firmy z branży reklamy i marketingu, media, przedsiębiorstwa gastronomiczne i firmy oferujące bazę noclegową, także dla klientów targów.

Cztery podstawowe obszary działania objęte programem działania Polskiej Izby Przemysłu Targowego to: lobbing, działania na rzecz integracji środowiska targowego, promocja targów - rozumiana szeroko - w tym działalność wydawnicza a także edukacja w zakresie marketingu targowego oraz promowanie etycznych zachowań biznesowych w branży.

Jako organizacja lobbingowa PIPT prowadzi działania na rzecz przemysłu targowego w kwestiach dotyczących przede wszystkim zagadnień promocji eksportu, prawa budowlanego i prawa podatkowego. Izba konsultuje opracowywane bądź nowelizowane akty prawne, współpracując w tym zakresie z Ministerstwem Gospodarki, Ministerstwem Rozwoju Regionalnego, Ministerstwem Spraw Zagranicznych, a także wykorzystując możliwości jakie daje członkostwo w Krajowej Izbie Gospodarczej.

Polska Izba Przemysłu Targowego skupia swoje wysiłki przede wszystkim na promocji targów jako jednego z najważniejszych instrumentów komunikacji bezpośredniej i marketingu, do wykorzystania przez przedsiębiorców, szczególnie reprezentujących małe i średnie firmy z różnych sektorów gospodarki, występujące na targach w kraju i za granicą w charakterze wystawców i zwiedzających. PIPT wspiera współpracę między partnerami i uczestnikami rynku targowego w Polsce, pośredniczy w wymianie informacji i doświadczeń między członkami i realizuje wspólne projekty i przedsięwzięcia z ich udziałem. Jednocześnie PIPT prowadzi działania mające na celu promocję i nieustanną poprawę jakości polskich targów. Jednym z najważniejszych jest dbałość o transparentność polskiego rynku targowego, poprzez audyt danych statystycznych targów organizowanych przez jej członków.

Jako niemniej ważny obszar działania Izba traktuje współpracę zagraniczną. Poprzez intensywne kontakty z zagranicznymi i międzynarodowymi organizacjami działającymi w przemyśle targowym (CENTREX – Międzynarodowy Związek Statystyk Targowych Europy Środkowoschodniej, AUMA – Stowarzyszenie Niemieckiego Przemysłu Targowego, inne europejskie organizacje targowe), w tym – członkostwo w UFI – Światowym Stowarzyszeniu Przemysłu Targowego, bierze aktywny udział i wspiera realizację projektów uznanych przez międzynarodowe środowisko ekspertów targowych za istotne dla rozwoju targów na świecie.