

INFORMACJA PRASOWA PIPT

9 czerwca 2015 r.

Audyt CENTREX dla PIPT potwierdza dobrą kondycję rynku targowego w Polsce

Ostateczne dane statystyczne targów w Polsce, potwierdzone audytem CENTREX - Międzynarodowego Związku Statystyk Targowych, wskazują, że 2014 rok był dla polskiej branży targowej udany i utrzymała się tendencja wzrostowa w zakresie wszystkich kluczowych parametrów polskiego rynku targowego: wynajętej powierzchni targowej, liczby wystawców i liczby zwiedzających.

Ze względu na cykl organizacji kilku wiodących marek targów co 2 lata, statystyki targowe za 2014 rok porównujemy do roku 2012. Według danych PIPT i CENTREX całkowita ilość powierzchni wynajętej na targach w Polsce wyniosła 817 481 mkw. (wzrost o 75 112 mkw. w porównaniu z 2012 r.). W 214 targach zorganizowanych w roku ubiegłym udział wzięło 28 799 wystawców (wzrost o 989). Z ich ofertą zapoznało się 1 378 209 zwiedzających (wzrost o 215 818). Bezspornym liderem rynku pozostają Międzynarodowe Targi Poznańskie.

Rosną parametry i standardy

Zdaniem ekspertów targowych, długofalowy wzrost gospodarczy Polski sprzyja rozwojowi polskiego sektora targowego, który niewątpliwie podąża za potrzebami gospodarki i przedsiębiorców, a jednocześnie wspiera rozwój gospodarczy regionów i kraju. Poprawa kondycji wielu polskich małych i średnich przedsiębiorstw zachęca je do uczestnictwa w ponad 200 specjalistycznych targach w Polsce. Zachęca również ulegająca zdecydowanej poprawie jakość targów. To efekt starań organizatorów targów i operatorów obiektów targowych, którzy mając świadomość rosnących oczekiwań swoich klientów, dbają o poprawę standardu usług związanych z organizacją targów i wystaw, a także dostosowują ofertę targową (zakres targów) do aktualnych potrzeb wystawców i zwiedzających. Wystawcy i zwiedzający na targach korzystają z nowoczesnej infrastruktury dynamicznie rozwijających się, modernizowanych i nowo budowanych centrów targowych zarządzanych przez członków PIPT. Dobra kondycja targów w Polsce to także rezultat wysokiej jakości oferty, jaką mają dla klientów targów w Polsce specjalistyczne firmy usług okołotargowych (projektowanie, budowa, wyposażanie stoisk, transport i spedycja targowa, usługi multimedialne, reklamowe, hostessy, catering i inne).

Między Wschodem a Zachodem

Nie bez znaczenia dla rozwoju polskiego rynku targowego jest korzystne położenie geopolityczne Polski - na granicy Unii Europejskiej. W kontekście znaczenia targów dla rozwoju międzynarodowego handlu, nasz kraj pozostaje najważniejszym rynkiem targowym w Europie Środkowej, co potwierdza rosnąca liczba wystawców zagranicznych. W 2014 roku miał miejsce 7,4% - owo przyrost liczby wystawców zagranicznych (z 4 461 w 2012 do 4 790 w 2014 r.). Do przyjazdu na targi w Polsce z pewnością zachęca, obok coraz nowocześniejszej infrastruktury targowej i oferty towarzyszącej targom, także znacząca poprawa infrastruktury komunikacyjnej.

O Polskiej Izbie Przemysłu Targowego

Polska Izba Przemysłu Targowego, założona w 1993 roku, jest jedyną ogólnopolską organizacją - izbą gospodarczą, zrzeszającą przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w przemyśle targowym. 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.

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, edukacja w zakresie marketingu targowego, promowanie etycznych działań biznesowych w branży i działań na rzecz zrównoważonego rozwoju.

Misją Polskiej Izby Przemysłu Targowego jest: służyć jako wszechstronna platforma współpracy wszystkich uczestników rynku targowego w Polsce, tworzyć skuteczną płaszczyznę działań lobbingowych na rzecz polskiego przemysłu targowego, promować udział w targach i wystawach jako skuteczny element strategii marketingowej i komunikacyjnej przedsiębiorstw, działać na rzecz podniesienia standardów usług targowych oferowanych przez członków, w tym na rzecz wiarygodnych, transparentnych statystyk targowych, oferować uczestnikom rynku targowego możliwości w zakresie edukacji targowej i biznesu, działać na rzecz integracji członków i ich identyfikacji ze środowiskiem oraz wypracowania motywacji do wspólnego działania i takiej kultury współpracy, aby pomnażała i chroniła interesy gospodarcze członków Izby.

Polska Izba Przemysłu Targowego jest członkiem Krajowej Izby Gospodarczej. PIPT jest aktywnym członkiem UFI - Światowego Stowarzyszenia Przemysłu Targowego oraz prowadzi intensywną współpracę z CENTREX - Międzynarodowym Związkiem Statystyk Targowych, zrzeszającym największych organizatorów targów z Europy Środkowowschodniej, z AUMA - Stowarzyszeniem Niemieckiego Przemysłu Targowego oraz wieloma innymi zagranicznymi organizacjami przemysłu targowego.

Kontakt:

Marzenna Łukaszewicz, Dyrektor Biura PIPT; tel. +48 61 866 15 32; m.lukaszewicz@polfair.pl

Polska Izba Przemysłu Targowego, ul. Bukowska 12, 60-819 Poznań, www.polfair.pl

Kontakt agencja PR europort media: Joanna Klimek - tel. + 48 510 130 122; joanna.klimek@europortmedia.pl