

INFORMACJA PRASOWA PIPT z 20 marca 2017 r.

Ukazał się Raport PIPT Targi w Polsce w 2016 roku. Polska branża targowa ma za sobą kolejny udany rok.

Wzrost liczby zwiedzających na targach o 7,2% w porównaniu z rokiem ubiegłym, wzrost liczby wystawców ogółem o 1,7% oraz przyrost powierzchni wynajętej o 9,6% - to wyniki ponad dwustu targów w Polsce w 2016 roku, monitorowanych przez Polską Izbę Przemysłu Targowego, poparte audytem CENTREX - Międzynarodowego Związku Statystyk Targowych, które wskazują na bardzo udany miniony sezon.

Polska Izba Przemysłu Targowego opublikowała najnowszy Raport Targi w Polsce w 2016 roku, coroczne wydawnictwo opisujące dane statystyczne targów w Polsce organizowanych przez Członków PIPT i poddanych audytowi CENTREX. Gwarancja wiarygodności statystyk targowych to niezwykle istotne zagadnienie, a zarazem podstawa zaufania do targów ze strony wystawców i zwiedzających. To założenie leży u podstaw doskonałej współpracy PIPT z CENTREX – Międzynarodowym Związkiem Statystyk Targowych w dziedzinie audytu i promocji statystyk targowych, trwającej nieustannie niemal dziesięć lat, dzięki czemu międzynarodowe środowisko biznesu i szeroka publiczność już od dłuższego czasu mają regularny dostęp do rzetelnej informacji na temat największego rynku targowego Europy Środkowowschodniej jakim jest Polska.

Wyniki badania PIPT i CENTREX pokazują, że wszystkie kluczowe parametry statystyczne rynku targowego w Polsce w 2016 roku odnotowały wzrosty, zarówno w porównaniu z rokiem 2014, jak i z 2015. Najnowszemu audytowi poddano 211 targów w Polsce zrealizowanych w 2016 roku (wobec 214 targów w 2014 r. i 200 targów w 2015 r.). Powierzchnia wynajęta przez wystawców na tych targach wyniosła ogółem 838 234 metrów kwadratowych, co jest rekordowym wynikiem na przestrzeni lat 2008 – 2016. Dla przypomnienia, 2008 rok, który był wyjątkowo dobry dla targów w Polsce, zanim branżę dotknęły skutki światowego kryzysu finansowego i gospodarczego lat 2007-2009, mógł pochwalić się powierzchnią całkowitą wynajętą wielkości niemal 720 tysięcy mkw., natomiast kolejny rok przyniósł już niemal 20% - owy spadek powierzchni (do 576 559 mkw.). Dynamika wzrostu powierzchni wynajętej na targach w Polsce w porównywalnych (ze względu na cykl organizacji co 2 lata) latach 2016 i 2014 wyniosła 2,5%.

Co się tyczy liczby wystawców na badanych targach w Polsce w 2016 roku, wzrosła ona o ponad 500 firm w stosunku do roku poprzedniego, tj. o 1,7% (z 28 392 w 2015 r. do 28 896 w 2016 r.), natomiast w porównaniu z analogicznym 2014 rokiem wzrost wyniósł tylko 0,3% (niespełna 100 wystawców). Podobnie jak w latach minionych, liczba wystawców krajowych w liczbie ogółem firm uczestniczących w targach w Polsce w 2016 roku stanowiła około 84% (24 143 wystawców polskich na 28 86 ogółem), co nie znaczy że polski rynek targowy nie jest interesujący dla firm wielonarodowych i zagranicznych. Liczba wystawców międzynarodowych (wielonarodowych i zagranicznych) wyniosła 4753 i stanowiła niezmiennie, w porównaniu z minionymi latami, około 16% liczby wystawców ogółem.

Ciekawość Polski i korzystne położenie geopolityczne kraju, a także inwestycje w infrastrukturę i dbałość wiodących polskich firm targowych o wysoką jakość usług dla gości targowych, to przyczyny systematycznego wzrostu liczby zwiedzających na targach w Polsce od siedmiu lat. Badania PIPT i CENTREX wykazały, że po 16%-owym spadku liczby zwiedzających na targach w Polsce w 2009 roku (w porównaniu z 2008 rokiem), z powodu kryzysu gospodarczego, już od 2010 roku odnotowywaliśmy rosnącą z każdym kolejnym rokiem liczbę gości targowych. Porównując statystyki zwiedzających rok do roku, w kolejnych latach były to wzrosty liczby gości targowych o 14,8 % (2010), o 11,1 % (2011), o 3,2 % (2012), o 7,5% (2013), o 10,3 % (2014) i o 4,2% w 2015 roku.

Goście targowi nie zawiedli na targach w Polsce także w minionym 2016 roku - przybyło ich aż 1 539 000 czyli o 7,2% więcej niż w 2015 roku. Polscy organizatorzy targów wiedzą, że są w stanie zainteresować zwiedzających na swoich

targach w kolejnych latach. Obok wcześniej wspomnianych czynników, ogromne znaczenie ma nieustannie rozbudowywana formuła współczesnych targów, dająca gwarancję odkrywania innowacji na targach, pozyskiwania nowych dostawców, ale także zdobywanie wiedzy na temat najnowszych trendów i możliwość spotkania ekspertów z branży podczas udziału w towarzyszących targom konferencjach. Ponadto rolę odgrywa jeszcze jedna silna współczesna tendencja: rośnie zainteresowanie targami skierowanymi do konsumenta czyli do szerokiej publiczności. Targi w branżach elektroniki użytkowej, rozrywki, turystyki, wypoczynku i hobby mają charakter interesujących eventów przyciągających ogromne rzesze gości.

Źródło: Polska Izba Przemysłu Targowego, 20 marca 2017 r.

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: lobbings, 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 lobbingsowych 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:

**Marzena 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**