

## **UFI podsumowuje zakończone sukcesem obchody Global Exhibitions Day 2019 na świecie**

To już fakty. 4. edycja kampanii Global Exhibitions Day (GED) wzbudziła ogromne zainteresowanie wśród profesjonalistów z branży na całym świecie, od Australii i Argentyny, po Norwegię i Afrykę Południową. Akcją GED 2019 wspierało 41 partnerskich stowarzyszeń targowych, które aktywnie włączyły się w obchody. Sama już tylko wielka liczba uczestników kampanii pokazuje rozmiary przemysłu targowego i to jak ogromne było zainteresowanie kampanią i promocją branży ze strony profesjonalistów targowych na całym świecie. Cztery obszary przekazu stanowiły punkt wyjścia dla wielu inicjatyw promocyjnych, takich jak m.in. opublikowanie przez UFI światowych i regionalnych danych dotyczących oddziaływania gospodarczego targów, dowodzących tego, jak ważną rolę spełniają targi, generując efekty produkcyjne w zakresie zatrudnienia oraz produktu krajowego brutto.

### **Udział w kampanii wzięło niemal 90 państw i regionów**

Do chwili zakończenia działań GED zarejestrowano inicjatywy i działania podjęte przez profesjonalistów targowych, firmy i stowarzyszenia targowe z około 90 państw i regionów świata. To pozwoliło umocnić rolę kampanii GED jako największej inicjatywy przemysłu targowego o charakterze rzeczniczym i podnoszącym świadomość na temat branży. „GED stał się symbolem przemysłu targowego – jest ogromnym naszym sukcesem opartym na pracy zespołowej, zaufaniu i współpracy”, stwierdził Craig Newman, prezydent UFI.

„Nikt w pojedynkę nie osiągnie sukcesu w naszej branży. To wspierałać moc zobaczyć każdego profesjonalistę z naszej branży zaangażowanego w cały szereg interesujących, a czasami niezwykłych działań promujących targi. Cieszę się mogąc obserwować jak rozwija się ta akcja i jestem dumny z faktu bycia członkiem tej innowacyjnej i inspirującej społeczności.”

### **Szeroki zakres działań**

Ta część kampanii GED, która czyni akcję taką ekscytującą, to ogromny zakres działań kreowanych co roku na całym świecie przez profesjonalistów targowych - pracowników organizatorów targów, operatorów obiektów targowych, dostawców usług targowych i partnerów. Promocja targów jako skutecznego sposobu prowadzenia biznesu, możliwości robienia kariery zawodowej w przemyśle targowym oraz światowy zakres i charakter przemysłu targowego stały się punktem wyjścia dla wielu inicjatyw i organizacji wielu wydarzeń. W tym roku ponownie wzrosła liczba działań promocyjnych GED prowadzonych przez firmy i organizacje branżowe oraz liczba podjętych inicjatyw rzeczniczych związanych z kampanią GED.

„Jestem szczęśliwy, że sukces akcji GED 2019 ponownie przyczynił się do zwiększenia rozpoznawalności i poprawy wizerunku naszej branży. To skuteczny sposób w jaki można pokazać światu oddziaływanie gospodarcze przemysłu targowego i możliwości jakie ta branża kreuje. Chciałbym osobiście podziękować każdemu z Was, kto włączył się w kampanię Global Exhibitions Day 2019 i dał wyjątkowy wkład.”, powiedział Kai Hattendorf, dyrektor zarządzający / CEO UFI.

Bazując na sukcesie i doświadczeniach z poprzednich edycji GED, grupa operacyjna kierująca akcją położyła nacisk na klarowność i spójność komunikatów wysyłanych na cały świat, aby wzmocnić przekaz płynący z czterech głównych komunikatów. Te zaś zostały przekazane na cały świat – przede wszystkim wyniki najnowszego badania „Oddziaływanie gospodarcze targów”, które dla UFI przeprowadził instytut Oxford Economics, przy wsparciu SISO (Stowarzyszenia Niezależnych Organizatorów Targów). Z większą liczbą graczy z branży, którzy skoncentrowali się na dotarciu z komunikatami do precyzyjnie określonych grup docelowych, przemysłowi targowemu udało się dalej dotrzeć ze wspólnym przesłaniem niż w minionych latach. Ponadto wiodącym elementem stały się nowe komunikaty dotyczące podejmowanych przez przemysł targowy inicjatyw w zakresie zrównoważonego rozwoju, w szczególności tych związanych z Celami Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych (UN SDGs).

### **Przykłady niektórych działań, jakie miały miejsce w dniu 5 Czerwca 2019 roku:**

#### **Europa**

Oprócz wysyłki komunikatów w ramach akcji Głosy Przemysłu Targowego, organizacja IELA zorganizowała wydarzenie pod nazwą Event Logistics Horizon Project. Jest to kampania służąca zgromadzeniu większej wiedzy i większej liczby

danych statystycznych na temat przemysłu targowego. Targi w Zagrzebiu zorganizowały międzynarodową konferencję „Exhibition Industry – Disruptor or Disruptee?”, której celem było pokazanie oddziaływania targów na gospodarkę, podzielenie się wiedzą i wynikami badań. Inną konferencję, pod tytułem „Współpraca i Zrównoważony Rozwój: czynniki napędzające rozwój targów włoskich.”, zorganizowało włoskie stowarzyszenie AEFI. Podczas konferencji odbyła się debata z udziałem prezydenta i wiceprezydentów AEFI na tematy dotyczące uregulowań prawnych, rozwoju gospodarczego oraz kampanii promocyjnej dla targów – Made in Italy. Wreszcie, UFI – Światowe Stowarzyszenie Przemysłu Targowego opublikowało nowy raport prezentujący 20 najlepszych inicjatyw podjętych w branży targowej na całym świecie, wspierających Cele Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych.

## **Azja – Pacyfik**

IEIA zorganizowały i koordynowały siedem wydarzeń w Indiach, w tym akcję sprzątnięcia śmieci w Mumbaju, przekazanie żywności i odzieży sierocińcowi w Dżajpurze, konkurs o nagrody Global Exhibitions Day Indie, spotkanie delegatów i debata na temat kampanii lobbingowej dla przemysłu targowego. Po raz szósty Makao gościło uniwersytet UFI EMD (dyplom w zakresie zarządzania targami), program edukacyjny podczas którego instruktorzy i eksperci z branży targowej prowadzili sesje stacjonarne i sesje e-learningowe. W Chinach centrum targowe GICEC w Hangzhou Venue, centrum w Zhuhai oraz Poly World Trade Center stworzyły filmy wideo, w tym „Follow me”. Organizacja EEAA z Australii, okazji Global Exhibitions Day zorganizowała Forum i Konferencję Liderów oraz uroczystą kolację w Melbourne. Tematami wiodącymi tych wydarzeń były zrównoważony rozwój w branży spotkań biznesowych oraz promocja kariery zawodowej na targach. Organizacja MACEOS w Malezji przy wsparciu graczy branży targowej wydała specjalny dodatek do ogólnokrajowego dziennika. Organizacja TECA zorganizowała spotkanie w celu przedyskutowania problemów branży targowej.

## **Afryka i Bliski Wschód**

Organizacje AAXO i EXSA w związku z obchodami święta Global Exhibitions Day i promocji przemysłu targowego zorganizowały w Republice Południowej Afryki quiz targowy Exhibition Quiz oraz spotkanie przedstawicieli branży targowej z napojami i przekąskami służące budowaniu kontaktów biznesowych. Wręczono również nagrody.

Organizacja IIEC z Iranu zorganizowała uroczystość z udziałem około 300 gości, w tym przedstawicieli organizatorów targów, stowarzyszeń targowych i ekspertów.

## **Ameryka**

Organizacja IAEE zorganizowała po raz szósty doroczny „Dzień Targów” w Waszyngtonie. Wydarzenie było seria spotkań z legislatorami amerykańskim na temat przepisów prawa, które mają wpływ na przemysł targowy w Stanach Zjednoczonych. Organizator Messe Frankfurt Argentina, razem z AOCA, zorganizowały konferencję, podczas której zaprezentowano wyniki ich badania „Barometr Oddziaływania Gospodarczego Przemysłu Targowego”.

Oprócz wymienionych wydarzeń już tradycyjnie akcji Global Exhibitions Day służyły działania komunikacyjne prowadzone online, za pośrednictwem najważniejszych kanałów. Na platformach Facebook, LinkedIn, Twitter, WeChat, pojawiły się i podawane były dalej tysiące komentarzy, zdjęć, czatów, filmików. Tylko na Twitterze, tweety promujące działania i komunikaty związane z akcją Global Exhibitions Day zaangażowały ponad 4 miliony osób, a więc miały zasięg podobny do ubiegłorocznego. Ostateczne liczby pokazujące rozmiary działań komunikacyjnych online znajdują się w dokumentacji GED za kilka tygodni. Wszelkie informacje na temat działań prowadzonych w ramach kampanii GED19 znajdują się na [www.globalexhibitionsday.org](http://www.globalexhibitionsday.org). Tak znajduje się również program do raportowania działań GED, gdzie można zapoznać się z inicjatywami prowadzonymi przez innych. Ogromna kolekcja filmików dostępna jest na kanale UFI.TV.

Międzynarodowy magazyn targowy Exhibition World wraz z UFI zaplanowały przyznanie nagród za najlepsze inicjatywy zrealizowane w ramach kampanii GED19 zarejestrowane w programie do raportowania działań GED (The GED Online Reporting Tool). Pośród zgłoszonych akcji zostaną wybrani zwycięzcy w pięciu kategoriach konkursowych:

Najbardziej Kreatywne Działanie, Działanie Online o Największym Zasięgu, Aktywność o Największym Zasięgu, Oddziaływanie Przemysłu Targowego oraz Promocja Talentów.

### **Kampania GED powróci 3 czerwca 2020 roku!**

Jako, że kampania GED odbywa się w pierwszą środę czerwca, w 2020 roku data akcji ustanowiono dzień 3 czerwca.

### **Stowarzyszenia targowe – Partnerzy GED**

41 partnerskich stowarzyszeń targowych współpracujących z UFI to: AAXO (Republika Południowej Afryki), AEFI (Włochy), AEO (Wielka Brytania), AFE (Hiszpania), AFECA (Singapur), AFIDA (Kolumbia), AMPROFEC (Meksyk), AOCA (Argentyna), AUMA (Niemcy), CAEM (Kanada), CEFA (Austria), CENTREX (Węgry), CFI (Włochy), EEAA (Australia), EEIA/EMECA (Belgia), EFU (Ukraina), EXSA (Republika Południowej Afryki), FAIRLINK (Szwecja), FAMAB (Niemcy), HKECIA (Hong-Kong), IAEE (USA), IDFA (Niemcy), IECA (Indonezja), IEIA (Indie), IELA (Szwajcaria), IFES (Belgia), LECA (Liban), MACEOS (Malezja), MFTA (Makao), PIPT (Polska), RUEF (Rosja), SACEOS (Singapur), SCEIA (Chiny), SECB (Singapur), SISO (USA), TECA (Tajwan), TEA (Tajlandia), TFOA (Turcja), UBRAFE (Brazylia) oraz UNIMEV (Francja).