

SEKCYJA ORGANIZATORÓW TARGÓW I DOSTAWCÓW USŁUG TARGOWYCH ZA GRANICĄ

przy Polskiej Izbie Przemysłu Targowego



Odmrażanie branży targowej po pandemii COVID-19 powinno naszym zdaniem odbywać się wielopoziomowo i na różnych płaszczyznach.

Przede wszystkim musimy działać razem. Należy pamiętać, że polski przemysł targowy współtworzą obok organizatorów targów w Polsce i dostawców usług targowych działających na rynku polskim także **firmy polskie świadczące usługi za granicą dla klientów polskich lub zagranicznych.**

Wśród nich są m.in.

- organizatorzy targów za granicą
- przedstawicielstwa targów zagranicznych w Polsce
- organizatorzy udziału firm w targach za granicą (agenci)
- firmy budujące stoiska targowe za granicą, wynajmujące meble, oświetlenie i inne elementy zabudowy lub wyposażenia
- firmy świadczące usługi transportowe, spedycyjne na targach za granicą
- firmy promocyjne, reklamowe obsługujące firmy za granicą

Firmy te mają duży udział w generowaniu przychodów dla polskiej gospodarki, ponieważ mają siedziby swoich firm w Polsce. Płacą podatki w Polsce a nie za granicą. Mają przychody w walucie obcej, która trafia do Polski. Firmy te ponoszą koszty w Polsce oraz w naszym kraju zapewniają miejsca pracy. Firmy te mają udział we wzroście polskiego eksportu.

Stąd mówiąc o odmrażaniu przemysłu targowego musimy na temat spojrzeć szerzej, nie tylko z perspektywy samej Polski. Polski przemysł targowy osadzony jest w środowisku międzynarodowym, ściśle z nim związany jak siatka naczyń połączonych. Dlatego rozwiązania w zakresie odmrażania przemysłu targowego powinny też czerpać z doświadczeń międzynarodowych i polskie rozwiązania w tym zakresie powinny być spójne z etapami zagranicznymi. Najbliższym rynkiem, na którym się powinniśmy wzorować są w sposób naturalny Niemcy – nasz sąsiad i kraj będący na pierwszym miejscu, jeżeli chodzi o polski eksport. Do tego Niemcy jako kraj znany z dużych, silnych ośrodków targowych będzie z pewnością wyznaczał trend w Europie.

CO JEST WAŻNE?

1. Pokazanie władzy w Polsce, że przemysł targowy jest siłą napędową polskiej gospodarki i eksportu.
2. Czerpanie z wzorców zagranicznych, jak zagranica odmraża targi, w tym bieżąca analiza tego, co dzieje się na rynku niemieckim.
3. Targi zagraniczne tworzą nawet do 80% wystawcy i zwiedzający z zagranicy, którzy muszą dotrzeć na targi. Niezbędne są jasne procedury i terminy odmrożenia przelotów samolotami. Chodzi tu o przewoźników polskich i zagranicznych. Wystawcy i zwiedzający z zagranicy z kolei muszą dotrzeć na targi w Polsce. Dużą grupę wystawców i zwiedzających na targach międzynarodowych stanowią klienci z Azji.
4. Dofinansowanie do udziału w targach – wielu wystawców korzysta z programów dofinansowania. Wiele imprez targowych ma przesunięte terminy. Ważne, by wystawcy mogli również przesunąć przyznane środki na nowe terminy targów.
5. Klarowne przepisy po pandemii dotyczące transportu i spedycji na targi. Kwestia chociażby kwarantanny.

KAMPANIA WSPIERAJĄCA TARGI

1. Realizacja kampanii wspierającej targi, potrzebę spotkań face-to-face, pokazywanie roli targów w gospodarce. Będzie to szczególnie ważne po pandemii.
2. Pokazywanie, że targi są bezpieczne, by wystawcy i zwiedzający chcieli brać udział w targach na nowo.

CO POWINNIŚMY ROBIĆ?

1. Śledzić bieżące informacje rynku niemieckiego, w tym z Robert Koch Institut, AUMA i rozporządzenia krajów związkowych.
2. Analizować procedury bezpieczeństwa, jakie planują przyjąć niemieckie ośrodki targowe.
3. Zebrać procedury bezpieczeństwa z wybranych ośrodków targowych na świecie, jak będą dostępne, by mieć dodatkowe argumenty dla wystawców i zwiedzających.
4. Sprawdzić, kiedy w Polsce i za granicą będą odmrażane przeloty samolotowe, jakie będą obowiązywały procedury i jak linie lotnicze będą zachęcać pasażerów, by korzystali z ich usług. Te argumenty możemy też wykorzystać w swoich działaniach.
5. Kontakt z PAIH, PARP, Marszałkami, Ministerstwem Rozwoju i Technologii i innymi organizacjami przyznającymi dofinansowania, by w sposób uproszczony pozwalały beneficjentom środków przesunąć realizację projektu zgodnie z nowymi terminami targów.
6. Transport i spedycja – sprawdzić rozporządzenia, jak można realizować usługi targowe po koronawirusie, czy niezbędna jest kwarantanna
7. Monitorować i w razie potrzeby kontaktować się z rządem w kwestii potrzeby ułatwień w eksporcie stoisk targowych oraz delegowania pracowników do pracy za granicą.
8. Zgłaszać do organizatorów targów zagranicznych, by dostosowali warunki uczestnictwa w targach do podobnych sytuacji w przyszłości biorąc pod uwagę możliwy termin maksymalny odwołania/przełożenia targów dla wystawcy oraz dla firm budujących stoiska targowe, którzy zdecydowanie wcześniej przed terminem montażu muszą takie stoiska wyprodukować.
9. Sprawdzić, jak dużo hal targowych za granicą wykorzystano na szpitale polowe i jak szybko będą one udostępnione z powrotem dla potrzeb targów.