

***Sprawozdanie Zarządu z działalności Polskiej Korporacji Targowej
w okresie od 1.01.2006 r. do 31.12.2006 r.***

Aktualny stan organizacyjny:

Na dzień 31 grudnia 2006 r. Polska Korporacja Targowa liczyła 51 członków, w tym:

- 20 organizatorów targów w Polsce oraz organizatorów wystąpień targowych za granicą,
- 31 przedsiębiorstw usług targowych – w tym 29 firm świadczących usługi projektowania i zabudowy stoisk, 1 firma zajmująca się wyposażaniem stoisk, 1 firma świadcząca usługi transportu i spedycji;

oraz: 2 członków honorowych, 2 członków radców i 3 członków wspierających.

***Z żalem informujemy, że w sierpniu 2006 r. zmarł Pan Michał Kozieł – Prezes Zarządu firmy
PROBUDEX Przedsiębiorstwo Produkcyjno - Handlowo – Usługowe z Krakowa.***

Wykreślenia z grona członków:

Na wniosek zainteresowanych firm, w roku 2006 uchwałami Zarządu PKT wykreślono z grona członków Polskiej Korporacji Targowej: Agpol Promocja sp. z o.o. z Warszawy, Centrum Targowe Chemobudowa Kraków S.A., Doramm s.c. z Warszawy, Nolostand Est z Krakowa, Sento-Pol z Warszawy i Wrocławskie Przedsiębiorstwo Hala Ludowa z Wrocławia.

Przyjęcia do grona członków:

W roku 2006 nie miały miejsca przyjęcia nowych firm do grona członków Polskiej Korporacji Targowej.

Członkostwo Polskiej Korporacji Targowej w innych organizacjach

- ***w UFI – Światowym Stowarzyszeniu Przemysłu Targowego***

Od 1996 roku Korporacja jest członkiem UFI – Światowego Stowarzyszenia Przemysłu Targowego, zrzeszającego ponad 300 firm i organizacji targowych. Zgodnie ze strukturą organizacyjną UFI, PKT należy do Komitetu Stowarzyszeń, liczącego obecnie 37 organizacji. Przez dwie poprzednie kadencje, tj. od 2002 do 2006 r., Prezes Zarządu PKT piastował stanowisko Przewodniczącego Komitetu Stowarzyszeń. Podczas posiedzenia KS w Helsinkach w czerwcu 2006 r. Bogusław Zalewski zaprezentował wyniki przeprowadzonego przez Instytut Pentor w 2005 r., badania opinii polskich wystawców na temat targów jako instrumentu komunikacji i marketingu oraz ich planów uczestnictwa w targach. Prezentacja spotkała się z dużym zainteresowaniem słuchaczy, w większości reprezentujących krajowe stowarzyszenia targowe m.in. z Czech, Francji, Hiszpanii, Niemiec, Rosji, Węgier.

Biuro Korporacji pozostaje w stałym kontakcie z Biurem UFI w Paryżu. Prowadzi bieżącą korespondencję, czuwa nad wymianą informacji prasowych i wydawnictw, uczestniczy w projektach realizowanych przez UFI (m.in. ankietyzacja obiektów i centrów targowych, tworzenie międzynarodowej listy/bazy danych instytucji i przepisów odnośnie zagadnienia własności intelektualnej i ochrony praw autorskich w branży targów, tworzenie i aktualizacja bazy danych wykładowców z dziedziny marketingu i komunikacji wyższych uczelni), a także wraz z UFI i innymi organizacjami międzynarodowymi prowadzi działania mające na celu ochronę wystawców przed nieuczciwymi działaniami firmy Construct Data Verlag GmbH. Biuro PKT przesyła do członków Biuletyn „UFI Info”, informujący o aktualnych kluczowych problemach i wydarzeniach w światowej branży targowej oraz o działaniach UFI, a także zaproszenia do udziału w tych konferencjach i konkursach organizowanych przez UFI, które są otwarte dla wszystkich profesjonalistów z branży.

- ***w SMB – Stowarzyszeniu Marketingu Bezpośredniego***

Od maja 2005 r. PKT jest członkiem wspierającym SMB. Organizacja inicjuje i realizuje działania mające służyć rozwojowi rynku marketingu bezpośredniego, a także stanowi platformę wymiany doświadczeń. SMB należy do Europejskiej Federacji Marketingu Bezpośredniego (FEDMA) oraz Międzynarodowej Federacji Marketingu Bezpośredniego (IFDMA).

Przedstawiciel Biura PKT brał udział w Walnych Zgromadzeniach SMB. Jako członek wspierający PKT ma głos doradczy. Biuro jest w stałym kontakcie z SMB, przekazuje członkom zaproszenia do udziału w wydarzeniach organizowanych przez SMB, jednak z uwagi na wysokie koszty jakie pociągał taki udział, zainteresowanie członków PKT było niewielkie.

I. Działania Zarządu Korporacji

W roku 2006 Zarząd PKT pracował w składzie: Bogusław Zalewski (Prezes Zarządu) oraz Małgorzata Gałuszka, Stanisław Majman, Grzegorz Siwek i Piotr Wojewodzik (wiceprezesi).

W trakcie posiedzeń Zarząd podejmował decyzje odnośnie bieżących spraw członkowskich oraz realizacji zadań, zgodnie z planem działania zatwierdzonym przez Walne Zgromadzenie PKT (m.in. kontynuacja działań związanych z ustawowym uregulowaniem w zakresie podatku VAT od usług organizacji targów i usług z nimi związanych, zmiana regulaminu znaków Targi z rekomendacją PKT i Stoiska z rekomendacją PKT i nadanie kolejnych znaków, wydanie poradnika „Marketing targowy. Vademecum wystawcy”, wykonanie i wdrożenie systemu intranetowo - internetowego dla zarządzania bazą danych PKT). Szczególne obowiązki spoczyły na Zarządzie PKT w końcu roku, w związku z wniesieniem pod obrady Sejmu RP projektu ustawy o zmianie ustawy – Prawo budowlane oraz niektórych innych ustaw (informacja na str. 11-12).

Równoległe z realizacją innych zadań, Zarząd podejmował działania dotyczące utworzenia Polskiej Izby Przemysłu Targowego, wynikające z postulatów zgłaszanych w trakcie poprzednich spotkań i Walnych Zgromadzeń członków PKT.

Informacja na temat działań związanych z utworzeniem Polskiej Izby Przemysłu Targowego

W dniu 3 lipca 2006 r. w Poznaniu odbyło się Zgromadzenie Założycielskie Polskiej Izby Przemysłu Targowego. Zgromadzenie przyjęło Statut i podjęło uchwałę o powołaniu Izby. Podpis pod Statutem Izby złożyło 119 założycieli. W ten sposób spełniony został określony w ustawie o izbach gospodarczych wymóg decydujący o powołaniu izby gospodarczej o zasięgu ogólnopolskim. Choć kolejnym krokiem przy zakładaniu każdej organizacji jest powołanie organów mogących reprezentować ją na zewnątrz, z uwagi na fakt, że większość założycieli spotykała się ze sobą tego dnia po raz pierwszy, grono to nie zdecydowało się dokonać wyborów organów Izby.

W kwestii rejestracji Izby, głosy teoretyków wskazywały na możliwość takiego stosowania prawa analogicznego do rejestracji stowarzyszeń, gdzie wybiera się komitet założycielski, który składa wniosek o zarejestrowanie stowarzyszenia. Sąd Rejestrowy nie podzielił naszego stanowiska, wobec czego zdecydowano, że o rejestrację wystąpią wszyscy członkowie-założyciele. Biuro PKT wystosowało do członków-założycieli Izby prośbę o przesłanie pisemnych pełnomocnictw dla mec. Andrzeja Goncerzewicza – radcy prawnego obsługującego proces rejestracji PIPT. Dysponując takimi pełnomocnictwami złożył on do Sądu wniosek o rejestrację Izby. Niestety w związku z koniecznością drobiazgowego uzupełniania dokumentów, bądź wyjaśniania błędów w nich zawartych - na życzenie Sądu, do końca listopada 2006 r. nie udało się uzyskać wpisu Izby do Krajowego Rejestru Sądowego. Uzyskana w połowie listopada obietnica rychłego załatwienia sprawy zachęciła natomiast do organizacji drugiej części Zgromadzenia Założycielskiego w dniu 13 grudnia 2006 r. Wówczas podjęto uchwały o powołaniu organów Izby, tj. Prezesa i Rady Izby oraz Komisji Rewizyjnej, do których to uchwał upoważnił członków-założycieli uchwalony Statut.

W dniu 13 grudnia Zgromadzenie Polskiej Izby Przemysłu Targowego w drodze tajnych wyborów dokonało wyboru Prezesa Izby w osobie Bogusława Zalewskiego oraz członków Rady Izby w osobach: Pawła Babija, Małgorzaty Gałuszki, Grażyny Grabowskiej, Andrzeja Melińskiego, Andrzeja Mochonia, Urszuli Potęgi, Jacka Serkuczewskiego i Macieja Witkowiaka. Następnie w wyniku tajnego głosowania dokonano wyboru Komisji Rewizyjnej w składzie: Żaneta Berus, Andrzej Bobiński, Kazimierz Galicki, Tadeusz Michałak i Zbigniew Napiórkowski.

Postanowieniem z dnia 26 lutego 2007 r. Sąd Rejestrowy w Poznaniu, XXI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, wpisał Polską Izbę Przemysłu Targowego do Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000274825.

Postanowienie dokonujące wpisu Izby do Krajowego Rejestru Sądowego stwierdza jednak, że Sąd postanowił także:

1. odmówić wpisu przepisu § 7 ust. 2 statutu Izby w brzmieniu: „Wspólnicy spółki cywilnej mogą według swego wyboru, po złożeniu pisemnej deklaracji, nabyć członkostwo w Izbie łącznie pod firmą spółki albo jako odrębni przedsiębiorcy. W przypadku rozwiązania spółki cywilnej, jej udziałowcy na swój pisemny wniosek, nabywają członkostwo w Korporacji jako odrębni przedsiębiorcy z zaliczeniem dotychczasowego członkostwa spółki cywilnej.”
2. odmówić wpisu składu osobowego Rady Izby i Komisji Rewizyjnej.

Odmowę wpisu, określoną wyżej w punkcie 1), Sąd uzasadnił stwierdzeniem, że spółka cywilna nie jest przedsiębiorcą, wobec czego jej wspólnicy nie mogą nabyć członkostwa Izby łącznie pod firmą spółki. Odmowę określoną wyżej w punkcie 2) Sąd uzasadnił tym, że w dacie Walnego Zgromadzenia, tj. 13 grudnia 2006 r., Izba nie była jeszcze wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego, wobec czego członków założycieli nie wiązały jeszcze postanowienia uchwalonego Statutu Izby.

Zdaniem mec. Andrzeja Goncerzewicza, Sąd Rejestrowy – w osobie referendarza sądowego – niewłaściwie zinterpretował obowiązujące w tym zakresie przepisy prawa i wniesiona skarga na postanowienie referendarza, w części odmawiającej wpisu, miałyby duże szanse powodzenia.

Biorąc jednakże pod uwagę dotychczasowe długotrwałe postępowanie sądowe, co nakazuje przewidywać dalszą, nie dającą się bliżej określić zwłokę czasową w wyjaśnieniu niepewności dotyczącej przede wszystkim ważności wyborów organów Izby, postanowiono tego postanowienia nie zaskarżać i w konsekwencji zmienić Statut przez wykreślenie z jego treści przepisu § 7 ust.2 oraz ponownie dokonać wyboru organów Izby podczas Walnego Zgromadzenia PIPT w dniu 26 marca 2007 r.

II. Działalność promocyjna Polskiej Korporacji Targowej wynikająca z przyjętego programu działania i realizacji uchwał Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia w dniu 20.03.2006 r.

1. Działalność edukacyjna

a) wydanie podręcznika: „Marketing targowy. Vademecum wystawcy”

Powzięty przez Polską Korporację Targową w 2005 r., zamysł wydania praktycznego podręcznika z zakresu nowoczesnego marketingu targowego, skierowanego do aktywnych uczestników rynku targowego - wystawców, a także do uczniów i studentów zawodowych szkół wyższych, tworzących zaplecze dla przyszłej kadry kierowniczej i specjalistów marketingu małych i średnich przedsiębiorstw, poparli wybitni polscy naukowcy reprezentujący katedry marketingowe uczelni wyższych, skupieni wokół Forum Myśli Targowej PKT. Potwierdzili oni dotkliwy brak takiego podręcznika na rynku.

Podczas spotkania członków PKT w Łodzi w styczniu 2006 r., odbyła się prezentacja maszynopisu treści książki, opracowanej przez 7-osobowy zespół autorski, pod redakcją merytoryczną prof. dr hab. Henryka Mruka z Katedry Strategii Marketingowych poznańskiej Akademii Ekonomicznej. Materiały zostały znakomicie przyjęte i w pełni zaakceptowane przez środowisko korporacyjne, wobec czego Biuro przystąpiło do prac wydawniczych. Książka ukazała się w marcu 2006 r., w nakładzie 3 000 egzemplarzy (z czego 500 w eleganckiej twardej oprawie).

Informacja na temat wydania podręcznika ukazała się w: Biuletynie SMB, wydawnictwie Marketing w Praktyce, Gazecie Targowej, Aktualnościach Targowych, Expovortalu.com oraz wortalu Stoisko.pl.

Jesienią 2006 r. poradnik został również wydany w języku angielskim w formie wydawnictwa multimedialnego (płyta CD), w nakładzie 500 egzemplarzy. Światowa premiera poradnika „Trade Fair Marketing. Exhibitor’s Manual” miała miejsce podczas 73 Kongresu UFI w Pekinie (XI/2006). Prezes Zalewski zaprezentował ją na forum Komitetu Stowarzyszeń. Płyta została również przekazana drogą pocztową naszym zagranicznym partnerom targowym (UFI, AUMA, CENTREX, EFU).

b) kontynuacja działań w zakresie upowszechniania marketingu targowego na poziomie szkół wyższych i średnich

PKT kontynuowała rozpoczętą w 2000 r. współpracę z czołowymi polskimi specjalistami w dziedzinie marketingu, tworzącymi zaplecze intelektualne polskiego przemysłu targowego, prowadzącymi działalność edukacyjną w dziedzinie marketingu targowego. W październiku 2006 r. Katedra Strategii Marketingowych poznańskiej AE, pod kierownictwem prof. dr hab. H. Mruka, we współpracy z Polską Korporacją Targową uruchomiła po raz siódmy Studium Podyplomowe Komunikacji i Promocji w Biznesie, umożliwiające zainteresowanym absolwentom wyższych studiów licencjackich i magisterskich zdobycie wiedzy i umiejętności praktycznych z zakresu m.in. marketingu targowego, technik komunikowania się z rynkiem, technik negocjacji, zarządzania komunikacją bezpośrednią, prowadzenia negocjacji i innych.

Dzięki powołaniu przez PKT Forum Myśli Targowej, obecnie na kilkunastu polskich wyższych uczelniach (m.in. również Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Krakowie i Wrocławiu, Uniwersytet Łódzki, Akademia Świętokrzyska w Kielcach, Szkoła Główna Handlowa i Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania im. L. Koźmińskiego w Warszawie, Wyższa Szkoła Handlowa z Wrocławia, Politechnika Rzeszowska), w ramach różnych kierunków studiów stacjonarnych, zaocznych, podyplomowych, seminariów magisterskich i doktoranckich, odbywają się zajęcia i wykłady z marketingu targowego. W sumie zajęcia prowadzone są obecnie przez ponad 30 wykładowców.

2. Działalność seminaryjna i szkoleniowa

a) seminarium nt. „Ubezpieczenia jako metoda finansowania ryzyk w branży targowej.” - Poznań, 20 marca 2006 r.

W dniu Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia PKT uczestnicy wzięli udział w seminarium na temat ubezpieczeń w branży targowej, prowadzonym przez dr Krzysztofa Łyskawę z Katedry Ubezpieczeń Społecznych Akademii Ekonomicznej w Poznaniu. Temat seminarium został wywołany toczoną od stycznia 2006 r., w związku z tragicznymi wydarzeniami na terenie Międzynarodowych Targów Katowickich, szeroką dyskusją w branży na temat problemów bezpieczeństwa wiążących się z organizacją targów i wystaw. Zagadnienia omawiane podczas seminarium spotkały się z dużym zainteresowaniem słuchaczy. Po zakończeniu wykładu uczestnicy mieli możliwość uzyskania wyczerpujących odpowiedzi na nurtujące ich pytania.

b) 3 Forum Targowe Europy Środkowowschodniej (CENTREX) – Praga, 9-10.03.2006 r.

Na zaproszenie Międzynarodowego Związku Statystyk Targowych CENTREX, Polska Korporacja Targowa była współorganizatorem 3-go Forum Targowego Europy Środkowowschodniej nt. „Rola badań w dostosowaniu oferty targowej do bieżących i przyszłych potrzeb i oczekiwań”. Forum odbyło się w Pradze w dniach 9-10 marca 2006 r. Wcześniej członkowie PKT zostali poinformowani drogą korespondencyjną o działaniach Biura i możliwości udziału w konferencji. W forum udział wzięli przedstawiciele Międzynarodowych Targów Poznańskich, Targów Kielce oraz Biura PKT. Zaproszeni prelegenci i pozostali uczestnicy konferencji reprezentowali instytucje badań ekonomicznych i rynkowych oraz organizacje i firmy targowe z Europy Środkowowschodniej. Ogółem w Forum uczestniczyło 55 delegatów z 11 państw. Konferencję przewodniczył szef CENTREX, Bogusław Zalewski.

Podczas Forum dyskutowano na temat zależności pomiędzy rozwojem gospodarczym, również w poszczególnych sektorach gospodarki, a tendencjami w rozwoju przemysłu targowego. Przedstawiono możliwości współpracy w zakresie

wspólnych przedsięwzięć gospodarczych między instytucjami badań ekonomicznych i rynkowych a przemysłem targowym. Wśród szczegółowych zagadnień znalazły się następujące: czy i w jaki sposób targi i wystawy odzwierciedlają aktualne tendencje gospodarcze oraz preferencje i oczekiwania konsumentów, jaki związek istnieje pomiędzy targami, a spodziewanymi i rzeczywistymi zmianami w gospodarce, jak targi stymulują rozwój gospodarczy, szczególnie w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw. Prezentacje multimedialne i materiały pisemne ukazały źródła informacji badawczej i przedstawiły metody prowadzenia badań w różnych krajach. Omówiono też wady i zalety badań przy użyciu zasobów wewnętrznych oraz badań zleczanych instytucjom zewnętrznym. Była mowa o konkurencji w działalności gospodarczej w Europie i poza nią, a także o wiążącym się z zagadnieniem konkurencji, a ciężącym na organizatorach targów, obowiązku pomocy partnerom i klientom w zakresie pomiaru zwrotu z inwestycji marketingowej jaką jest udział w targach (*ROMI - Return On Marketing Investment*). Instytuty badawcze zaprezentowały możliwości współpracy z organizacjami targowymi i instrumenty badawcze, przy zastosowaniu których możliwy jest wzrost zdolności organizatorów do reagowania na zmiany w środowisku gospodarczym, czy zmiany preferencji w zakresie spędzania czasu wolnego. Zaproszeni prelegenci i pozostali uczestnicy konferencji reprezentowali instytucje badań ekonomicznych i rynkowych oraz organizacje i firmy targowe z Europy Środkowowschodniej, a także Francji, Włoch, Niemiec i Austrii. Ogółem w Forum uczestniczyło 55 delegatów z 11 państw.

3. Promocja w środowiskach politycznych, gospodarczych i samorządowych w kraju i za granicą

Członkowie Zarządu Polskiej Korporacji Targowej reprezentowali tę organizację wobec środowisk politycznych, gospodarczych i samorządowych w kraju (Stowarzyszenie Menedżerów w Polsce, Business Center Club, PKPP Lewiatan, Rotary International Club) i za granicą (m.in. Bogusław Zalewski – w UFI i CENTREX, Stanisław Majman - w INTEREXPO - Międzynarodowym Stowarzyszeniu Organizatorów Ekspozycji Narodowych – członek Komitetu Wykonawczego, a także w CEO Europe i CEO Asia).

Koszty związane z udziałem przedstawicieli Zarządu PKT w spotkaniach na forum tych instytucji nie obciążały budżetu Korporacji.

Ponadto miejsce miały następujące działania Korporacji

a) prezentacja możliwości firm usług targowych zrzeszonych w PKT przed Radą Krajową Izby Gospodarczej - Warszawa, 22 czerwca 2006 r.

Idea prezentacji dorobku i możliwości firm usług targowych zrzeszonych w Polskiej Korporacji Targowej i promocji w środowiskach izb, stowarzyszeń i organizacji gospodarczych, powstała z inicjatywy grupy branżowej przedsiębiorstw usług targowych. Wiosną 2006 r. Biuro podjęło starania na rzecz zorganizowania spotkania w Krajowej Izbie Gospodarczej, celem zaprezentowania dorobku firm Radzie KIG, składającej się z szefów izb regionalnych i branżowych, reprezentującej polski biznes. Prośba wystosowana do Marka Kłoczko, Sekretarza Generalnego KIG, spotkała się z jego zainteresowaniem i zgodą na organizację prezentacji. W dniu 22 czerwca 2006 r. odbyło się spotkanie przedstawicieli PKT z Radą Krajową Izby Gospodarczej. Podczas spotkania przedstawiciele Zarządu PKT i firm usług targowych z Radą KIG w dniu 22 czerwca 2006 r., Bogusław Zalewski na bazie prezentacji multimedialnej pt. „Renesans targów”, dokonał przedstawienia Korporacji i korzyści płynących z wykorzystania targów jako skutecznego instrumentu marketingu, komunikacji i sprzedaży. Andrzej Kokotek (Inter-Service) i Andrzej Meliński (Meliński Minuth) przedstawili ofertę firm usług targowych, podkreślając profesjonalizm wykonawstwa zleceń w zakresie projektowania, budowy i wyposażania indywidualnych i zbiorowych stoisk targowych, potwierdzony - w przypadku ponad 20 członków PKT - korporacyjnym znakiem „Stoiska z rekomendacją PKT”. Słuchacze mieli również możliwość zapoznania się z prezentacją multimedialną pt. „Stoisko też sprzedaje”, wprowadzającą w tematykę strategii skutecznego wystąpienia targowego. Prof. dr hab. Henryk Mruk z Katedry Strategii Marketingowych Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, zaprezentował zebrany wydaną przez PKT w marcu 2006 r., pierwszą na polskim rynku książkę publikację z zakresu marketingu targowego, pt. „Marketing targowy. Vademecum wystawcy.”, dzięki której wystawcy mogą poznać wszystkie aspekty wystąpienia targowego i opracować strategię efektywnego udziału w targach. Uczestnicy spotkania otrzymali wydawnictwa PKT, w tym wydany specjalnie na tę okazję, po raz pierwszy w formie wydawnictwa multimedialnego, „Informator Przedsiębiorstwa Usług Targowych”, wraz z serią najlepszych kilkudziesięciu zdjęć przedstawiających stoiska targowe budowane przez członków PKT, wybranych spośród wielu nadesłanych do Biura Korporacji.

W holu Izby pobudowano niewielkie, lecz nowoczesne stoisko targowe. Na ekranie plazmowym prezentowane były zdjęcia stoisk wykonanych przez firmy usługowe zrzeszone w PKT. Wykonawcą stoiska była firma Koara z Warszawy, przy współpracy firmy Inter Service z Poznania.

b) prezentacja „Sześć Zmysłów – jak komunikują się targi” w ramach konferencji „Rola targów jako instrumentu komunikacji w biznesie w XXI wieku”- Węgierski Tydzień Reklamy – Budapeszt, 9 października 2006 r.

W dniu 9 października 2006r. w Wyższej Szkole Biznesu w Budapeszcie, odbyła się konferencja nt. „Rola targów jako instrumentu komunikacji w biznesie w XXI wieku”, zorganizowana przez AHEFO - Węgierskie Stowarzyszenie Organizatorów Targów i Wystaw, przy współpracy z Polską Korporacją Targową. Konferencja wchodziła w skład programu Węgierskiego Tygodnia Reklamy. Do udziału w konferencji w charakterze głównego mówcy zaproszony został prezes Polskiej Korporacji Targowej Bogusław Zalewski. W programie konferencji znalazł się wykład i specjalnie opracowana na tę okazję prezentacja multimedialna pt. „Sześć Zmysłów – jak komunikują się targi”. W imieniu Bogusława Zalewskiego Marzenna Łukaszewicz (Biuro PKT) dokonała krótkiego przedstawienia polskiego rynku targowego monitorowanego przez Korporację, a następnie

omówiła cele i realizację przeprowadzonej w końcu 2003 r. kampanii „Sześć Zmysłów”, w aspekcie roli współczesnych targów w strategii komunikacji przedsiębiorstw. Prezentacja spotkała się z dużym zainteresowaniem ze strony kilkudziesięciu słuchaczy, w tym dziennikarzy, wykładowców z dziedziny marketingu i studentów wyższych uczelni oraz przedstawicieli węgierskich firm targowych i agencji reklamowych.

4. Znaki kwalifikacyjne „Targi z rekomendacją PKT” i „Stoiska z rekomendacją PKT”

Celem ustanowionych w 2003 r. znaków kwalifikacyjnych „Targi z rekomendacją PKT” i „Stoiska z rekomendacją PKT”, była troska o podniesienie standardu usług targowych świadczonych przez członków PKT. Znaki przyznawane są po spełnieniu wymogów określonych regulaminem, wśród nich kryterium audytu statystycznego według międzynarodowych standardów. Firmy muszą udokumentować odpowiednie doświadczenie na rynku targowym, prezentować najwyższą jakość i kulturę świadczonych usług oraz działać zgodnie ze Statutem i Kodeksem Etycznym.

Zgodnie z decyzją Walnego Zgromadzenia z marca 2006 r. wprowadzono zmiany i uzupełnienia do uchwały Zarządu nr 8/2003 w sprawie regulaminu znaków. Kryteria i warunki pozyskiwania znaku zostały uzupełnione o wymóg legitymowania się przez firmę uregulowanymi składkami na rzecz Korporacji. Zmianie uległa również opłata za przyznanie znaku kwalifikacyjnego i wynosi ona 1.000,00 zł + VAT za każdą zgłoszoną do wyróżnienia imprezę lub przedsiębiorstwo usług targowych.

Zgodnie z regulaminem, w maju i czerwcu 2006 r. minął 3-letni okres gwarancyjny dla pierwszych znaków przyznanych targom i firmom usług targowych w roku 2003 r. Biuro zwróciło się do poszczególnych członków PKT z prośbą o przesłanie nowych wniosków o przyznanie znaków „Targi z rekomendacją PKT” i „Stoiska z rekomendacją PKT”. Zarząd PKT przyznał w sumie 49 znaków „Targi z rekomendacją PKT” oraz 11 znaków „Stoiska z rekomendacją PKT”. Obecnie znak „Targi z rekomendacją PKT” posiada 77 targów oraz 17 przedsiębiorstw usług targowych. Wpływy z tytułu przyznania znaków przeznaczono na kampanię reklamową. Reklama pt. „Rekomendować znaczy polecać i popierać” ukazała się:

- w miesięczniku Press – nr 12 (131) grudzień 2006/ styczeń 2007 r.;
- w Rzeczpospolitej - dział Ekonomia i rynek, dodatek Raport o targach - emisja: 7.12 2006 r.;
- w magazynie Brief (Magazyn Marketingu i Sprzedaży) – emisja: grudzień 2006 r.;
- w Pulsie Biznesu, dodatek Targi – emisja: 11 grudnia 2006 r.

Ponadto stała reklama znaków znajduje się na stronie głównej www.polfair.com.pl i na podstronach wyróżnionych firm i targów. Organizatorzy targów i przedsiębiorstwa usług targowych, którym przyznano w/w znaki, stosują je we własnych materiałach promocyjno - reklamowych.

5. Audyt danych statystycznych targów zorganizowanych w roku 2006

Audyt statystyk targowych przeprowadzony został już po raz siódmy we współpracy z firmą BDO Polska. Zgodnie z uchwałą ZWZ z 2000 r., definicje i standardy obliczeniowe przyjęte przez Polską Korporację Targową, oparte są o regulacje stosowane przez CENTREX - Międzynarodowy Związek Statystyk Targowych. Są one również spójne ze zmodyfikowanymi definicjami i standardami UFI, przyjętymi przez Kongres UFI w listopadzie 2005 r. Od roku 2005 podstawę audytu statystyk członków PKT stanowi opracowany przez Biuro i przyjęty uchwałą Zarządu dokument, uwzględniający aktualną terminologię, opatrzone dodatkowym komentarzem, mającym ułatwiać wyjaśnienie wątpliwości, jakie mogą pojawić się w trakcie przygotowań firm do wizyty audytora.

Biuro Zarządu zajmowało się systematycznym gromadzeniem podstawowych parametrów rynku targowego (tj. powierzchni sprzedanej, wystawców, zwiedzających oraz wielkości powierzchni zabudowanej przez firmy usług targowych), wprowadzało statystyki do bazy danych, koordynowało harmonogram wyjazdów audytora do firm oraz prowadziło kontrolę nad bieżącą realizacją audytu poczynawszy od końca listopada 2006 r.

Audyty statystyk za rok 2006 poddało się 17 organizatorów targów oraz 21 przedsiębiorstw usług targowych. Audytem objęto dane statystyczne 173 targów.

6. Działalność wydawnicza

a) raport Targi w Polsce 2006

Na podstawie zaudytowanych danych statystycznych wzorem lat ubiegłych Biuro opracowało raport o polskim rynku targowym w roku 2006. Raport zawiera rankingi targów i organizatorów według podstawowych kategorii statystycznych (całkowitej powierzchni wynajętej, liczby wystawców ogółem, wystawców krajowych i zagranicznych, liczby zwiedzających), a także 33 rankingi branżowe według powierzchni i liczby wystawców. Raport został przesłany do członków Polskiej Korporacji Targowej w lutym 2007 r. Obecnie przygotowywana jest prezentacja raportu na stronach www.polfair.com, gdzie wciąż jest utrzymywana prezentacja poprzednich roczników raportu, poczynawszy od roku 1996 (dane za 1995).

Po kilku latach przerwy w wydawaniu drukiem raportu na temat polskiego rynku targowego, w wyniku współpracy podjętej przez Polską Korporację Targową z Instytutem Turystyki z Warszawy oraz firmą Eurosystem, wydawcą miesięcznika branżowego MICE Poland, powstała pierwsza w Polsce, unikalna publikacja poświęcona turystyce biznesowej i rynkowi targowemu. Wydany 16 maja 2006 r. raport opiera się w 80% na materiałach pochodzących od PKT. Znalazły się w nim m.in. dane statystyczne targów zorganizowanych przez członków PKT w 2005 r., wyniki badań opinii wystawców na temat targów (Pentor, na zlecenie PKT, 2005) oraz wyniki badania (CENTREX, 2004) zwiedzających na targach w Europie Środkowowschodniej, w tym w Polsce – przeprowadzonych za pośrednictwem PKT, kalendarz targów w Polsce na rok 2006,

charakterystykę obiektów targowych w Polsce, a także praktyczne informacje na temat planowania udziału w targach. Raport uzupełniony został o wyniki badań turystyki biznesowej, przeprowadzone przez Instytut Turystyki oraz analizę fenomenu miast targowych w kontekście turystyki biznesowej. Oficjalna prezentacja raportu odbyła się podczas konferencji prasowej pt. „Turystyka biznesowa w Polsce – Rynek targowy – Targi i wystawy – Biznes w Podróży”, 15 maja 2006 r., w Hotelu Jan II Sobieski w Warszawie, z udziałem przedstawicieli Zarządu PKT.

b) terminarz Targi w Polsce

Czternasta edycja terminarza Targi w Polsce ukazała się drukiem na początku IX 2006 r. Na skutek mniejszego zainteresowania zakupem książki, na rzecz wzrostu zainteresowania ogólnodostępną informacją na temat targów w Polsce w Internecie, podjęto decyzję o zmniejszeniu nakładu z 900 do 700 egzemplarzy. Książka o objętości 288 stron przedstawia ofertę 217 targów w 16 miastach targowych, a także ofertę wszystkich firm członkowskich PKT. Po raz pierwszy jako integralna część wnętrza (rozdział) w książce znalazła się „Informacja o możliwościach uczestnictwa polskich firm w targach za granicą w 2007 r. oraz o organizatorach tych wystąpień”. Dodatkowo plan wystąpień za granicą opublikowany został na stronach www.polfair.com.pl.

We wrześniu 2006r., terminarz w pełnej wersji elektronicznej wysłano do około 100 polskich placówek ekonomiczno-handlowych za granicą, podlegających Ministerstwu Gospodarki. W tym samym okresie Biuro zrealizowało też bezpłatną wysyłkę terminarza, która objęła: ambasady obce w Polsce, konsulaty generalne, izby gospodarcze, redakcje gazet, biblioteki państwowe, uczelnie wyższe.

Dla pozostałych odbiorców terminarz jest wydawnictwem odpłatnym w cenie 40,00 zł. W 2006 r. Ministerstwo Gospodarki zrezygnowało z praktykowanego w latach ubiegłych zakupu pozycji na potrzeby polskich placówek dyplomatycznych. Sprzedaż tytułu prowadzona jest w trakcie roku przez Biuro Korporacji, a także za pośrednictwem MTP, podczas trwania targów. Od momentu wydania terminarza Targi w Polsce 2007 (IX 2006 r.) do końca roku sprzedano 119 egzemplarzy książki. W minionym roku kontynuowano także sprzedaż edycji 2006. Z uwagi na dostępność kalendarza bezpłatnie na stronach www.polfair.com.pl sprzedaż była niewielka i wyniosła jedynie 22 egzemplarze. W sumie w 2006 r. sprzedano 141 egzemplarzy obu roczników.

d) Informator Przedsiębiorstwa Usług Targowych

Wydawany od lat drukiem, przeznaczony do bezpłatnej dystrybucji tytuł, adresowany jest głównie do wystawców, którzy mają możliwość uzyskania tą drogą danych tele-adresowych i oferty poszczególnych przedsiębiorstw - członków Polskiej Korporacji Targowej. W związku z pozytywną oceną tytułu w środowisku firm usług targowych, grupa branżowa tych firm podjęła decyzję o wznowieniu Informatora Przedsiębiorstwa Usług Targowych w roku 2006, z zachowaniem dotychczasowej szaty graficznej wydawnictwa. Jednak z uwagi na wstępne plany likwidacji PKT w IV kwartale 2006 r., po uzyskaniu ofert dotyczących produkcji wydawnictwa, Zarząd podjął decyzję o rezygnacji z kosztownego wydania pozycji drukiem na rzecz Informatora w postaci multimedialnej (na płycie CD) w nakładzie 200 egzemplarzy. Nakład służył przede wszystkim prezentacji oferty przedsiębiorstw usług targowych w czerwcu w Krajowej Izbie Gospodarczej. Na płycie obok wydawnictwa znalazła się bogata kolekcja zdjęć prezentujących możliwości firm w zakresie realizacji ekspozycji targowych, a także reklama znaku „Stoisko z rekomendacją PKT”. Wersja elektroniczna wydawnictwa ukazała się również na stronach internetowych PKT.

7. Promocja w Internecie

a) promocja na stronach Korporacji: www.polfair.com.pl

Działająca od roku 1997 witryna internetowa www.polfair.com.pl Polskiej Korporacji Targowej, jest pozytywnie ocenianym instrumentem promocji polskich targów, a zarazem, jedynym w Polsce rzetelnym i kompletnym źródłem informacji o rynku targowym, co potwierdzają statystyki serwera PKT, rejestrujące ogromne zainteresowanie serwisem prowadzonym w dwóch wersjach językowych (polskiej i angielskiej), zarówno ze strony klientów polskich, jak i zagranicznych. Z materiałów prezentowanych na stronach PKT korzystają: prasa, placówki dyplomatyczne, studenci, specjaliści ds. marketingu oraz dotychczasowi i potencjalni klienci targów z kraju i zagranicy. W roku 2006 ponownie zarejestrowano kilka milionów wywołań do serwera PKT.

W roku 2006, podobnie jak w latach poprzednich, strony PKT służyły prezentacji aktualnych informacji na temat polskiego rynku targowego, firm zrzeszonych w PKT, świadczonych usług targowych i bieżącej działalności promocyjnej i edukacyjnej PKT. Prezentowany na stronie głównej i za pomocą wyszukiwarki kalendarz targów, w ocenie użytkowników strony jest jedynym obszernym źródłem informacji o polskich targach. Prezentacja jest sukcesywnie aktualizowana przez Biuro w przypadku zgłoszenia zmian przez organizatora targów (zmiany terminów, nazwy imprezy, statystyki, cen powierzchni, miejsca imprezy). Do opublikowanego w końcu 2005 r., terminarza Targi w Polsce 2006, organizatorzy targów zgłosili niemal 200 zmian. Kolejne zmiany dotyczyły aktualizacji terminarza targów na rok 2007 - w związku z przygotowaniem do publikacji kalendarza na nowych stronach www.polfair.com.pl oraz na stronach partnerskiego portalu www.targi.onet.pl. W okresie od października 2006 do lutego 2007 r. organizatorzy zgłosili około 150 zmian.

Z uwagi na wysoką użyteczność informacji prezentowanych na stronach, istotna jest dbałość o atrakcyjny wygląd i zawartość serwisu, co oznacza konieczność dokonywania sukcesywnie zmian i unowocześniania prezentacji od strony technicznej. Obecnie, potrzeba ta okazała się nieodłącznie związana z koniecznością opracowania i wdrożenia nowej bazy danych, w miejsce starej, częściowo już bezużytecznej i nie pozwalającej na sprawne zarządzanie informacją na temat rynku targowego. Dlatego w I kwartale 2006 r., Zarząd PKT podjął decyzję o zleceniu wykonania nowoczesnego oprogramowania

intranetowo- internetowego, wraz z projektem nowych stron internetowe. Uruchomienie tych stron nastąpi w marcu 2007 r. Jest to ostatni etap prac związanych z projektem. Wcześniej, latem 2006 r., po zakończeniu realizacji pierwszych kilku etapów prac, w oparciu o nowe oprogramowanie, wygenerowane zostały pliki tekstowe do terminarza Targi w Polsce 2007. Sukcesywnie do bazy wprowadzane były również statystyki targów zorganizowanych w roku 2006, w oparciu o które w pierw opracowano arkusze służące audytowi statystyk, a następnie wygenerowano w różnych układach końcowe rankingi dotyczące rynku targowego w minionym roku.

Docelowo nowe wielofunkcyjne oprogramowanie internetowo-intranetowe, oraz nowe strony www.polfair.com.pl, dostępne będą online dla członków naszej instytucji, co umożliwi nie tylko bieżący dostęp do obszernych informacji i dokumentów wewnętrznych, ale i usprawni zarządzanie stroną poprzez możliwości aktualizacji prezentowanej informacji przez osoby z firm członkowskich, posiadających odpowiednie uprawnienia.

b) współpraca PKT z portalem Onet.pl w zakresie utworzenia serwisu www.targi.onet.pl

W roku 2006 r., w celu skuteczniejszej promocji targów organizowanych przez firmy zrzeszone w Polskiej Korporacji Targowej, nawiązana została współpraca z portalem Onet.pl, z zamiarem utworzenia profesjonalnego, użytecznego serwisu targowego www.targi.onet.pl., prezentującego kalendarz i informacje o targach organizowanych przez członków Polskiej Korporacji Targowej. PKT zleciła firmie obsługującej jej serwis internetowy wykonanie mechanizmu importującego dane z bazy PKT do bazy Onet, umożliwiającego nie tylko wstępny transfer danych, ale również systematyczną aktualizację kalendarza w okresie późniejszym. Serwis www.targi.onet.pl został uruchomiony jesienią 2006 r. Zdarzenie poprzedziła kampania promocyjna, na którą składały się: banery reklamowe emitowane na wszystkich serwisach Onet.pl, pasek reklamowy na stronie głównej portalu www.onet.pl - w pozycji Serwisy Onetu Nowe! oraz paski reklamowe pod menu głównym w wybranych serwisach Onetu. Na stronie głównej serwisu www.targi.onet.pl umieszczone jest logo i nazwa Polskiej Korporacji Targowej jako partnera serwisu. Logo PKT widnieje także przy innych informacjach pochodzących ze źródła PKT. W trakcie roku do grona partnerów serwisu dołączyło indywidualnie kilku organizatorów – członków PKT.

8. Konkursy Polskiej Korporacji Targowej

a) Lider Usług Targowych 2006

Ideą organizowanego od 1997 r. konkursu Lider Usług Targowych, jest podnoszenie jakości, kultury i walorów marketingowych wszelkich usług świadczonych na rzecz targów, środowiska targowego oraz miasta targowego. Zgodnie ze zmodyfikowanym regulaminem konkursu, w 2006 r. po raz pierwszy w historii konkursu przyznano tytuły Lidera w trzech kategoriach. Celem konkursu jest obecnie wspieranie współzawodnictwa nie tylko pomiędzy firmami usług targowych, ale również pomiędzy organizatorami targów, wydziałami marketingu, promocji, reklamy, obsługi wystawców i zwiedzających firm organizatorów i innymi przedsiębiorstwami tworzącymi tzw. infrastrukturę targową. Konkurs wyróżnia i nagradza wybitne inicjatywy i osiągnięcia w zakresie obsługi wystawców i zwiedzających, marketingu, reklamy, promocji i public relations targów.

Kryteriami priorytetowymi przy wyborze Lidera Usług Targowych w kategorii przedsiębiorstw usług targowych są: stosowanie przez kandydata najnowszych rozwiązań w zakresie projektowania stoisk targowych, użycie nowoczesnych technologii, techniki i materiałów oraz wdrażanie nowoczesnej myśli wystawienniczej. W kategorii przedsiębiorstw usług targowych, nagrodę i tytuł „Lidera Usług Targowych 2006” przyznano firmie Inter Mark Group Katarzyna i Maciej Witkowiak z Poznania, za znakomite projektowo i technologicznie realizacje stoisk targowych.

W kategorii organizatora targów nagroda i tytuł Lider Usług Targowych 2006, przypadła Targom w Krakowie – za wyróżniającą się kampanię marketingową i promocyjną, która wykreowała sukces „Targów Książki”. W kategorii organizatora wystąpień targowych za granicą, nagrodę i tytuł Lidera przyznano firmie MAXPOL z Warszawy, za ogromny dorobek związany z organizacją udziału polskich wystawców na targach za granicą oraz promocję polskich przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych.

b) Stoisko Roku 2005

Ideą konkursu, organizowanego od 1998 roku dla zrzeszonych w PKT firm realizujących zabudowę targową, a także dla wystawców i projektantów współpracujących przy realizacji stoisk, jest promocja stoiska targowego jako ważnego elementu strategii marketingowej przedsiębiorstwa. Projekt stoiska (uwzględniający aspekty marketingowe) i wykonanie techniczne stoiska, winny reprezentować wysoki poziom i wspierać realizację koncepcji wystąpienia targowego.

W konkursie „Stoisko Roku 2005” przyznano i wręczono jedną nagrodę oraz trzy wyróżnienia. W kategorii: „stoisko konwencjonalne” nagrodę i tytuł „Stoisko Roku 2005” oraz rzeźbę „TRIO” autorstwa artysty rzeźbiarza Michała Gołąbka zdobyło stoisko firmy Bumar zbudowane przez firmę Koara z Warszawy (wg projektu M. Gyurkovich), na Międzynarodowym Salonie Obronnym MSPO 2005 w Kielcach. Wyróżnienie w tej kategorii przyznano stoisku firmy Basell Orlen Polyolefins, wykonanemu przez firmę Probudex z Krakowa (wg projektu Pracowni Projektowej ART.-LINE R. Karpeta), na Międzynarodowych Targach Przetwórstwa Tworzyw Sztucznych PLASTPOL w Kielcach. W kategorii „stoisko niekonwencjonalne” nie przyznano nagrody. Wyróżniono dwa projekty: stoisko firmy SAF Polska na targach Poznań Motor Show 2005 w Poznaniu (wg projektu R. Ludwiga) oraz stoisko firmy PROFIM (wg projektu A. Lorenca) - oba wykonane przez firmę Meliński Minuth z Poznania.

Uroczystość wręczenia nagród w konkursach Stoisko Roku 2005 oraz Lider Usług Targowych 2006 miała miejsce w dniu 20 czerwca 2006 r. w Poznaniu, podczas trwania targów ITM Polska, organizowanych przez Międzynarodowe Targi Poznańskie.

9. Stoisko promocyjno – informacyjne PKT na targach

W 2006 r. PKT brała udział w 6 targach organizowanych przez Międzynarodowe Targi Poznańskie: Budma, Euro-Reklama, Meble, Polagra Food, Tour Salon oraz Poleko. Funkcjonujące od kilku lat stoisko o powierzchni 16m² jest stoiskiem narożnym, otwartym z dwóch stron. W styczniu 2006 r. projekt stoiska został zmodyfikowany przez projektanta Jacka Napionka z firmy A-Z Zdzisław Filipiak. W celu minimalizacji kosztów, projekt nadal zakładał stosowanie w przeważającej części elementów powtarzalnych. Pomoc w zakresie wynajmu powierzchni, budowy i wyposażenia stoiska świadczyli członkowie PKT: powierzchnię w dużej części sponsorowały MTP, zabudowę z zastosowaniem wielu nowych elementów ufundowała firma A-Z Zdzisław Filipiak, zaś wyposażenie w meble i niezbędne artykuły gospodarcze sponsorowała każdorazowo firma JMT Polska z Poznania. Ponadto stoisko było budowane w ramach wzajemnych rozliczeń pomiędzy PKT a firmami: Expo-Plan, Partner i U&C Expo. Obsługą stoiska zajmowali się pracownicy Biura i zatrudnieni w tym celu przeszkoleni studenci. Od kilku lat stoisko funkcjonuje w formule obejmującej prezentację zarówno wydawnictw korporacyjnych, jak i materiałów promocyjnych firm członkowskich.

Zarząd PKT dziękuje wszystkim sponsorom stoiska za zaangażowanie i pomoc finansową.

II. Realizacja działań wynikających z obrad ZWZ i wniosków przedłożonych przez Komisję Uchwał i Wniosków

Podczas Walnego Zgromadzenia w dniu 20 marca 2006 r. członkowie PKT zgłosili wnioski zapisane w protokole Komisji Uchwał i Wniosków, uzupełniające plan działania Korporacji na rok 2006. Realizacja tych wniosków przebiegała następująco:

1. kontynuacja działań związanych z ustawowym uregulowaniem stosowania podatku VAT od usług świadczonych w branży targów i wystaw

Wniosek ZWZ związany był z faktem nowelizacji ustawy o podatku od towarów i usług. W celu przeanalizowania możliwości różnego traktowania podatkowego usług organizacji targów i usług z tym związanych, Biuro PKT dwukrotnie zorganizowało spotkanie dyrektorów finansowych firm PKT w Instytucie Modzelewski i Wspólnicy. Wypracowano wspólne stanowisko co do sposobu traktowania targów w kontekście miejsca świadczenia usług. W wyniku spotkania ustalono, że korzystnym dla członków Korporacji będzie traktowanie usług organizacji targów w taki sposób, jak traktowane są usługi reklamowe, pod warunkiem, że dotychczasowe propozycje w zakresie powstawania obowiązku podatkowego pozostaną bez zmian. Instytut wyraził gotowość do opracowania projektu memorandum do Sejmowej Komisji Finansów Publicznych, celem uzasadnienia koniecznych zmian legislacyjnych w tym zakresie, a także alternatywnie – do Ministra Finansów, celem uzyskania koniecznych zmian legislacyjnych w omawianym zakresie na poziomie aktu wykonawczego do ustawy lub wydania interpretacji przepisów w trybie przepisów ordynacji podatkowej. Protokół ze spotkania w Instytucie, wraz z prośbą o opinię odnośnie zlecenia opracowania memorandum został wysłany do członków Korporacji. Po uzyskaniu zgody członków PKT Biuro zleciło opracowanie memorandum. W październiku memorandum zostało wysłane na ręce przewodniczącego podkomisji nadzwyczajnej w Komisji Finansów Publicznych. W listopadzie wystosowany został list do Minister Finansów Zyty Gilowskiej z prośbą o wsparcie naszych działań w tym zakresie i pozytywne zarekomendowanie memorandum. Biuro uzyskało informację, iż stanowisko Ministerstwa Finansów jest w trakcie opracowania.

2. opracowanie regulaminu warunków technicznych, określającego warunki wykonywania prac związanych z zabudową stoisk targowych (ze szczególnym uwzględnieniem konstrukcji piętrowych oraz wszelkich standardów bezpieczeństwa), w obiektach targowych znajdujących się w gestii członków Polskiej Korporacji Targowej oraz powołanie zespołu do spraw warunków technicznych dotyczących zabudowy w obiektach targowych

Wniosek ZWZ wyrażał dyskusowaną w latach ubiegłych, a wzmożoną po tragedii katowickiej w styczniu 2006 r., potrzebę opracowania regulaminu warunków bezpieczeństwa i pracy w obiektach targowych będących w gestii członków PKT. Biuro podjęło starania na rzecz uzyskania regulaminu warunków technicznych stosowanego przez niemieckich organizatorów zrzeszonych w AUMA – Stowarzyszeniu Niemieckiego Przemysłu Targowego i zalecanego przez UFI jak wzorcowy innym organizatorom targów na świecie. Obszerny regulamin został przetłumaczony na język polski w celu podjęcia dalszych działań związanych z realizacją tego wniosku.

Ciążar działań Biura został jednak przeniesiony na nieco inny obszar, a to za sprawą skierowania do Sejmu na początku listopada 2006 r. projektu ustawy o zmianie ustawy – Prawo budowlane oraz niektórych innych ustaw. Projekt był odpowiedzią na zgłaszaną od stycznia przez kręgi rządowe i ustawodawcze potrzebę takich nowych uregulowań w polskim prawodawstwie, które zwiększyłyby bezpieczeństwo użytkowania obiektów budowlanych (w tym obiektów targowych). Projekt zawierał jednak kontrowersyjną propozycję poprawki do ustawy o bezpieczeństwie imprez masowych, polegającej na objęciu imprez wystawienniczych i handlowo-wystawienniczych definicją imprez masowych. Po pierwszym czytaniu projektu ustawy w Sejmie (6.12.2006 r.) został on skierowany do kilku Komisji Sejmowych, w tym do Komisji Infrastruktury, spośród członków której wyłoniono podkomisję nadzwyczajną do rozpatrzenia projektu.

W połowie grudnia Biuro Korporacji, przy wsparciu członków PKT rozpoczęło intensywne działania lobbingsowe, mające na celu przekonanie posłów do odstąpienia od w/w poprawki. 18 grudnia 2006 r. Korporacja wniosła o odstąpienie od zmiany definicji imprezy masowej, tj. o wykreślenie punktu 1 w artykule 3 projektu ustawy o zmianie ustawy - Prawo budowlane oraz niektórych innych ustaw (druk 1109). Wniosek wraz z uzasadnieniem został skierowany do wszystkich posłów Komisji

Infrastruktury, Komisji Administracji i Spraw Wewnętrznych, Komisji Kultury Fizycznej i Sportu, Marszałka Sejmu, a także m.in. do szefów Klubów Parlamentarnych, Premiera, Ministrów Budownictwa, Gospodarki, Administracji i Spraw Wewnętrznych, Głównego Inspektora Nadzoru Budowlanego oraz do posłów i senatorów z poszczególnych regionów.

Wystąpiliśmy także do kilkudziesięciu organizacji gospodarczych i zawodowych o wsparcie działań w sprawie nie obejmowania targów ustawą o bezpieczeństwie imprez masowych. Działania PKT przeciwko objęciu targów definicją imprez masowych oraz protest do Ministra Budownictwa i Sejmowej Komisji Infrastruktury poparło około 30 różnych organizacji, w tym Izby Gospodarcze, Izba Budownictwa, Business Center Club, Konfederacja Pracodawców Prywatnych, Instytut Techniki Budowlanej.

W dniu 27 grudnia 2006 r. przedstawialiśmy własną propozycję dotyczącą podniesienia poziomu bezpieczeństwa uczestników imprez wystawienniczych i handlowo-wystawienniczych w drodze odrębnych przepisów, nie kolidujących ze specyfiką imprez targowych, wydanych na podstawie normy kompetencyjnej ustawy – Prawo budowlane. Projekt ten dostarczyliśmy posłom biorącym udział w pracach nad zmianą ustawy.

W styczniu 2007 r. została zgłoszona interpelacja poselska do Ministra Budownictwa, w której poproszono o przedstawienie analiz, na podstawie których w uzasadnieniu projektu ustawy stwierdzono, że projektowana zmiana nie ma wpływu na konkurencyjność gospodarki i przedsiębiorczość, w tym na funkcjonowanie przedsiębiorstw. Zwrócono się także z zapytaniem czy przed przyjęciem projektu ustawy przez Radę Ministrów odbyły się konsultacje na jej temat z zainteresowanymi organizacjami samorządu gospodarczego, w tym z Polską Korporacją Targową.

Stanowisko środowiska targowego przedstawiane było podczas kolejnych posiedzeń podkomisji nadzwyczajnej ds. rozpatrzenia rządowego projektu ustawy o zmianie ustawy – Prawo budowlane oraz niektórych innych ustaw w dniach: 11 stycznia, 25 stycznia i 13 lutego 2007 roku. Niestety, pomimo, iż argumenty wysuwane przez PKT spotykały się z ogólnym zrozumieniem posłów, w dniu 13.02.2007 r. podkomisja nadzwyczajna do rozpatrzenia rządowego projektu ustawy o zmianie ustawy – Prawo budowlane oraz niektórych innych ustaw (druk 1109) przyjęła poprawki do ustawy o bezpieczeństwie imprez masowych, polegające na zmianie definicji imprez masowych, poprzez objęcie nią imprez wystawienniczych i handlowo-wystawienniczych.

Zwrot w sytuacji nastąpił podczas posiedzenia Komisji Infrastruktury w dniu 27 lutego br. w sprawie sprawozdania z prac sejmowej podkomisji odnośnie druku 1109, w którym to posiedzeniu udział wzięli członkowie Zarządu Polskiej Korporacji Targowej i Polskiej Izby Przemysłu Targowego. Komisja Infrastruktury przegłosowała zgłoszony przez jednego z posłów wniosek formalny o wykreślenie poprawki (art.3 ustawy) polegającej na zaliczeniu imprez wystawienniczych i handlowo-wystawienniczych do imprez masowych. Tym samym kierowany do drugiego czytania projekt ustawy nie ingeruje już w działalność targową. Z uwagi jednak na to, iż wykreślona poprawka może w każdej chwili wrócić pod obrady Sejmu, musimy nadal czuwać nad dalszymi pracami nad ustawą.

3. ***wprowadzenie zmian i uzupełnień do uchwały nr 8 z 3.04.2003 r. w sprawie regulaminu znaku kwalifikacyjnego „Targi z rekomendacją PKT” oraz „Stoiska z rekomendacją PKT” w brzmieniu: „poszerzyć punkt „3”. kryteriów i warunków pozyskiwania znaku kwalifikacyjnego o kolejny warunek w postaci legitymowania się uregulowanymi składkami na rzecz Korporacji oraz dotyczący zmiany wysokości kwoty za przyznanie znaku kwalifikacyjnego (punkt 4 Zasad organizacyjnych) na kwotę 1.000,00 zł + VAT za każdą zgłoszoną do wyróżnienia imprezę lub przedsiębiorstwo usług targowych (Zarząd)***

Patrz punkt II.2 - strona 3.

4. ***połączenie regulaminów konkursów „Kryształowa Ekspozycja” i „Stoisko Roku” oraz rezygnacja z Gali***

Na skutek nikłego zainteresowania członków PKT ustanowionym w roku 2003 konkursem dla wystawców „Kryształowa Ekspozycja” -pomimo uproszczenia procedur konkursowych i podjętych przez Biuro, zgodnie z zaleceniami Zarządu, wielokrotnych próbach uzyskania aplikacji do konkursu z różnych ośrodków targowych w kraju, w wyniku dyskusji Walne Zgromadzenie podjęło decyzję o zaniechaniu organizacji konkursu i skupieniu się na promocji konkursu Stoisko Roku, którego idea jest podobna. Tym samym nastąpiła rezygnacja z planów organizacji Polskiej Gali Targowej.

IV. Pozostałe działania promocyjne

1. Promocja w kraju

a) reklamy w katalogach imprez targowych członków i w wydawnictwach korporacyjnych

- reklamę prezentującą plakat „Targi. Przestrzenie biznesu. Przestrzenie kontaktu” bezpłatnie zamieściły w katalogach targów firmy: Interservis, Międzynarodowe Targi Lubelskie, Międzynarodowe Targi Polska, Międzynarodowe Targi Poznańskie, Międzynarodowe Targi Warmii i Mazur, Targi Bydgoskie SAWO, , Targi Kielce i Targi w Krakowie;
- reklama w/w plakatu na IV okładce terminarza „Targi w Polsce 2007”;
- reklama poradnika „Marketing targowy. Vademecum wystawcy” na II okładce terminarza „Targi w Polsce 2007”;

b) artykuły prasowe, wywiady - w oparciu o kompletne opracowania i materiały sporządzone przez Biuro PKT

- w wydawnictwach targowych (Gazecie Targowej, Aktualnościach Targowych, w Świecie Targów 2006 i 2007);

- w ogólnopolskiej prasie gospodarczej i magazynach branżowych:
 - a. artykuł „Targowy biznes” - w dodatku „Systemy wystawiennicze i POS-y”; Media i Marketing; październik 2006 r., nakład: 50 tys. egz. ;
 - b. artykuł „Dobry czas dla organizatorów wystaw” (red. A. Sielanko) i artykuł „Obiekty targowe rozrastają się” (red. A. Grzegorzewski) – w Rzeczpospolitej, dział Ekonomia i rynek, dodatek „Targi w Polsce i na świecie; 7 grudnia 2006 r., nakład: 265 tys. egz.;
 - c. artykuł „Wystawcy rozwijają się”(red.A.Bielewicz),artykuły: „Pomiędzy targami” i „Targi wyspecjalizowane” (red. J. Łuczak); w Gazecie Wyborczej, dodatek „Gazeta o targach”; 19 grudnia 2006 r.; nakład: 430 tys. egz.
 - d. artykuł red. K. Błońskiej – w magazynie „Brief –Magazyn Marketingu i Sprzedaży; nr 87/12/2006, grudzień 2006 r.; nakład: 8 tys. egz.
 - e. artykuł „Gdzie dostawca spotyka klienta” (red. A. Hernik), artykuł „ Udział w targach jest tylko jednym z elementów strategii”(red. M. Musioł) – w „Pulsie Biznesu” nr 11/12/2006; nakład: 105 tys. egz.
 - f. artykuł „Sukces zapewni specjalizacja imprez i ciekawa oferta dla zwiedzających”(red. K. Polak) – w Gazecie Prawnej; 15 stycznia 2007 r.

Staraniem członków Korporacji, ukazało się też wiele innych artykułów w prasie ogólnopolskiej, regionalnej i branżowej.

c) *inne formy promocji*

- link pomiędzy stronami www.polfair.com.pl i stronami internetowego Portalu Promocji Eksportu Ministerstwa Gospodarki (funkcjonuje od marca 2004 r.) – jest instrumentem wspierania eksportu polskich przedsiębiorstw, szczególnie sektora MSP - prowadzony pod nadzorem Departamentu Inwestycji Zagranicznych i Promocji Eksportu;
- reklama PKT w Polskich Książkach Telefonicznych;
- serwis informacyjny o targach w Polsce w Telegazecie TVP i TVN (na bazie terminarza targi w Polsce prezentowanego i aktualizowanego na stronach www.polfair.com.pl);
- link do stron PKT ze stron „Szczecińskiego Portalu Gospodarczego”

2. *Promocja za granicą:*

- reklama PKT w „m+a” International Tradeshow Directory –profesjonalnym, najobszerniejszym informatorze o targach na świecie – w edycji 2006 i 2007,
- artykuł „The Polish Exhibition System; Success and Transformation” w informatorze o targach na świecie GMF – International Trade Show Directory – przy współpracy z Ambasadą RP w Rzymie (V/2006 r).
- w wydawnictwach i na stronach internetowych UFI – Światowego Stowarzyszenia Przemysłu Targowego – link do stron PKT, dane kontaktowe w dziale członkowskim;
- linki do stron internetowych PKT z bazy adresowej na stronach AUMA (www.auma.de) i CENTREX (www.centrexstat.org);
- linki do stron www.polfair.com.pl ze stron polskich placówek dyplomatycznych za granicą;
- kontynuacja współpracy z firmą Dr Borzych Consulting - współtworzenie niemieckiej wersji językowej kalendarza targów w Polsce na stronach www.messen-polen.de ; wortal stanowi skoncentrowaną platformę informacyjną prezentującą ofertę polskich targów firmom z Niemiec i pozostałych państw niemieckojęzycznych (Austria, Szwajcaria); Biuro przekazało kalendarz targów organizowanych przez członków PKT w roku 2006 i zajmowało się jego systematyczną aktualizacją;

Dzięki powyższym działaniom promocyjnym zachowana jest wysoka zauważalność naszej instytucji w mediach w kraju i za granicą.

V. *Pozostałe organy statutowe Korporacji*

1. *Walne Zgromadzenie*

Zwyczajne Walne Zgromadzenie Polskiej Korporacji Targowej odbyło się dnia 20 marca 2006 roku w Poznaniu. ZWZ podjęło uchwały w sprawie: przyjęcia i zatwierdzenia sprawozdań organów PKT i udzielenia im absolorium za 2006 r., zmian w Statucie PKT i Kodeksie Etycznym, przyjęcia i zatwierdzenia preliminarza budżetowego i planu działania na rok 2006 oraz wyboru firmy audytorskiej do badania sprawozdania finansowego PKT. Protokół z obrad został przesłany wszystkim członkom Polskiej Korporacji Targowej.

2. *Komisja Rewizyjna*

Do końca 2-letniej kadencji w marcu 2006 r. Komisja Rewizyjna PKT kontynuowała prace w składzie: przewodniczący Paweł Babij, członkowie: Grażyna Grabowska, Włodzimierz Gola, Andrzej Kokotek, Andrzej Meliński. W dniu 20 marca 2006 r. Walne Zgromadzenie PKT dokonało wyboru Komisji na kolejną kadencję. Członkami Komisji zostali ponownie: P. Babij, G.Grabowska, W.Gola, A.Kokotek, A.Meliński. Po ukonstytuowaniu się Przewodniczącym Komisji został Paweł Babij.

W roku 2006 Komisja Rewizyjna obradowała 2 razy. Podczas spotkania w lutym 2006 r. w Poznaniu Komisja zapoznała się z realizacją budżetu za rok 2005 i informacją do sprawozdania finansowego oraz wniosła do ZWZ o udzielenie absolutorium dla Zarządu.

Podczas posiedzenia we wrześniu 2006 r. w Lublinie Komisja Rewizyjna przyjęła informację na temat realizacji preliminarza budżetowego i usług promocyjnych oraz wyniku finansowego za 7 miesięcy mijającego roku. W kwestii kontynuacji działań PKT na rzecz zmiany stanu prawnego w zakresie podatku VAT, w uregulowaniach dotyczących ustalenia miejsca świadczenia usług, Komisja zaleciła przesłanie do członków protokołu ze zorganizowanego przez Biuro spotkania dyrektorów finansowych firm PKT w Instytucie Modzelewski i Wspólnicy, zawierającego propozycję opracowania memorandum PKT do sejmowej Komisji Finansów Publicznych lub do Ministra Finansów, celem uzyskania konieczności zmian legislacyjnych w omawianym zakresie na poziomie aktu wykonawczego do ustawy, którego koszt opracowania wynosił 7 500 zł.

Sprawozdanie z działalności Komisji Rewizyjnej zostanie przedstawione Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu w dniu 26 marca 2007 r.

3. Komisja Rozjemcza

Do marca 2006 r. Komisja Rozjemcza PKT kontynuowała prace w składzie: Przewodniczący Sławosz Sporny i członkowie: Andrzej Bobiński, Lech Grabowski i Jan Lisiak. W dniu 20 marca 2006 roku Walne Zgromadzenie PKT dokonało wyboru Komisji na nową kadencję w składzie: Andrzej Bobiński, Dorota Jakuta, Jan Lisiak, Andrzej Mochoń i Sławosz Sporny. Po ukonstytuowaniu się Komisji jej Przewodniczącym został ponownie Sławosz Sporny.

W roku 2006 do Komisji nie wpłynęły żadne skargi. Sprawozdanie z działalności Komisji Rozjemczej w roku 2006 zostanie przedstawione Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu w dniu 26 marca 2007 r.

4. Sąd Honorowy

Do dnia 21 marca 2006 r. Sąd Honorowy pracował w składzie: Przewodniczący Grzegorz Siwek oraz członkowie: Małgorzata Gałuszka, Adam Konieczny i Agnieszka Strzelczyk - Walczak..

W roku 2006 do Sądu Honorowego nie wpłynęły żadne wnioski o rozpatrzenie sporu. Sprawozdanie z działalności Sądu Honorowego w roku 2006 zostanie przedstawione Zwyczajnemu Walnemu Zgromadzeniu w dniu 26 marca 2007 r.

5. Grupa branżowa przedsiębiorstw usług targowych

Powołana w maju 2002 r. uchwałą Zarządu PKT, na mocy Statutu, grupa branżowa przedsiębiorstw usług targowych, kontynuowała działania w roku 2006. Działaniami grupy kieruje wybrana w 2005 r. na 4-letnią kadencję (do 2009 r.) Komisja Grupy Branżowej w składzie: przewodniczący: Andrzej Meliński (Meliński Minuth) oraz członkowie: Andrzej Bobiński (Transmeble International), Roman Obst (JMT Polska), Jacek Serkuczewski (Pracownia Sztuk Plastycznych), Maciej Witkowiak (Inter Mark Group) i Piotr Wojewodziec (INEXPO – Poznańska Agencja Targowa).

Członkowie grupy spotkali się trzykrotnie na spotkaniach w kwietniu, czerwcu i grudniu 2006 roku. Za priorytetowe działanie w roku 2006 uznali kontynuację realizowanej w 2005 r. promocji firm usług targowych PKT w środowiskach izb, stowarzyszeń i organizacji gospodarczych. W dniu 22 czerwca 2006 r. odbyło się spotkanie przedstawicieli PKT z Radą Krajowej Izbie Gospodarczej (informacja szczegółowa na str. 4).

6. Biuro Zarządu

W roku 2006 Biuro Zarządu zatrudniało 3 pracowników w pełnym wymiarze czasu pracy. Działania Biura Zarządu polegały na realizacji uchwał Walnego Zgromadzenia, decyzji Zarządu, zaleceń Komisji Rewizyjnej oraz zadań wynikających ze spotkań Grupy Branżowej Przedsiębiorstw Usług Targowych, z uwzględnieniem uwag zgłaszanych przez członków podczas spotkań korporacyjnych, a także na:

- utrzymaniu stałych, codziennych kontaktów z członkami Korporacji;
- udzielaniu informacji zapytania płynące z kraju i z zagranicy, dotyczące targów w Polsce oraz na świecie (drogą telefoniczną, pocztową, elektroniczną),
- kontynuowaniu corocznych działań na rzecz synchronizacji wstępnego kalendarza targów na rok 2007 (zebraniu w I kw. 2006 r. wstępnych programy targów na 2006 r., przekazaniu programów organizatorom targów, sygnalizowaniu organizatorom kolizji dat w branżach);
- współpracy zagranicznej, przede wszystkim z UFI, CENTREX i AUMA (wymiana korespondencji, informacji prasowych, udział w międzynarodowych projektach);
- przygotowaniu reklam promujących: znaki „Targi z rekomendacją PKT” i „Stoiska z rekomendacją PKT” i Polską Korporację Targową - do korporacyjnych wydawnictw, katalogów targowych członków PKT, prasy ogólnopolskiej, branżowej fachowej i innych publikacji wydawanych poza Korporacją oraz wydawnictw zagranicznych;
- przygotowaniu prezentacji multimedialnych promujących targi;
- prowadzeniu sprzedaży (fakturowanie, wysyłka) oraz wysyłki bezpłatnej terminarza Targi w Polsce, roczników 2006 i 2007;
- wysyłce bezpłatnej wydawnictw do członków PKT, placówek dyplomatycznych (kraj, świat), instytucji rządowych, organizacji samorządowych, gazet, bibliotek oraz klientów;
- bieżącej rejestracji statystyk targów i powierzchni zabudowanej w bazie danych oraz fakturowaniu opłat za powierzchnię zgodnie z uchwałą finansową;

- opracowaniu harmonogramu kontroli danych statystycznych i współpracy przy bieżącej realizacji audytu przez firmę BDO Polska grudniu 2006 r.;
- bieżącym monitorowaniu zaległych płatności z tytułu składek członkowskich i faktur, celem zapewnienia płynności realizacji budżetu zatwierdzonego decyzją Walnego Zgromadzenia.

VI. Wyniki finansowe

Załącznik nr 1 do sprawozdania przedstawia szczegółową realizację budżetu 2006 roku (stan na 31.12.2006 r.)

Zatwierdzony przez ZWZ plan budżetu Polskiej Korporacji Targowej w roku 2006 zakładał zrównoważenie kosztów w kwocie 596 680 złotych przychodami w tej samej wysokości.

Przychody z działalności operacyjnej Polskiej Korporacji Targowej w roku 2006 wyniosły 578 230,90 zł i były niższe o 1,8% od planowanych. Przychody te w porównaniu z przychodami w roku 2005 (z wyłączeniem przychodów ze sprzedaży reklam do gazety „Wystawiennictwo”) wzrosły o 11,3%.

Przychody operacyjne składają się z:	2006 rok	2005 rok
1. składek członkowskich	62,1 tys. zł	62,8 tys. zł
2. opłat z tytułu sprzedanej powierzchni targowej	311,7 tys. zł	303,5 tys. zł
3. opłat z tytułu sprzedanej powierzchni zabudowanej	45,8 tys. zł	77,0 tys. zł
4. opłat z tytułu świadczeń ryczałtowych	5,6 tys. zł	5,6 tys. zł
5. opłat z tytułu nadania znaków kwalifikacyjnych	66,0 tys. zł	7,5 tys. zł
6. sprzedaży terminarza Targi w Polsce	5,4 tys. zł	10,4 tys. zł
7. sprzedaży poradnika		
Marketing targowy. Vademecum Wystawcy	6,9 tys. zł	
8. reklamy w poradniku jak wyżej	19,5 tys. zł	
9. rozwiązania odpisu aktualizującego należności	47,0 tys. zł	35,7 tys. zł
10. pozostałych przychodów	8,2 tys. zł	9,2 tys. zł
	578,2 tys. zł	511,7 tys. zł

- ad 1. zastosowanie zasady memoriałowej przy rozliczaniu składek członkowskich oznacza podwyższenie przychodów o składki należne. Zaległości z tytułu wpłat składek członkowskich wynoszą 15 000 zł (31800 zł w 2005) i dotyczą organizatorów na sumę 2 400 zł oraz 12 przedsiębiorstw usług targowych na sumę 12 600 zł,
- ad 2. w stosunku do przyjętej do budżetu wielkości 541 tys. m² z tytułu sprzedanej powierzchni targowej, zafakturowano 519,6 tys. m² na kwotę 311 738,4 zł, co stanowi 95,9% założeń budżetu. Ankiety-oświadczeń za 2006 rok nie złożyło 2-ch organizatorów (z powodu zawieszenia członkostwa a dalej wystąpienia z PKT) i jedna firma organizująca wystąpienia wystawców za granicą,
- ad 3. w stosunku do przyjętej do budżetu wielkości 131,7 tys. m² z tytułu sprzedanej powierzchni zabudowanej, zafakturowano 76,3 tys. m² na kwotę 45 803,40 zł, co stanowi 58% założeń. Ankiety-oświadczeń za 2006 rok nie złożyło 28% firm (8 przedsiębiorstw na 29),
- ad 4. dotyczy dwóch firm: Transmebli International i JMT Polska,
- ad 5. w budżecie przyjęto wpływy z nadania 64 znaków kwalifikacyjnych na wartość 32 000 zł. (opłata za przyznanie znaku wynosiła 500 złotych netto). Zwyczajne Walne Zgromadzenie w marcu ub.r. podniosło opłatę do 1000 zł, co poskutkowało wpływami w wysokości 66 000 zł. Przyznano znaki „targi z rekomendacją” 60 targom i znak „stoisko z rekomendacją” 13 przedsiębiorstwom usług targowych,
- ad 6. sprzedano 119 egzemplarzy terminarza „Targi w Polsce 2007 ” na kwotę 4 523 zł. W projekcie budżetu zakładano zakup książki przez Ministerstwo Gospodarki w ilości 100 sztuk na potrzeby polskich placówek dyplomatycznych. Po raz pierwszy od przeszło 5 lat takiego zakupu nie dokonano. W inwenturze na 31.12.2006 rok pozostało 134 egzemplarzy Targi w Polsce 2007, Sprzedaż rocznika 2006 roku wyniosła 22 egzemplarze na kwotę 880 zł.
- ad 7 i 8. sprzedano 252 egzemplarze na kwotę 6 940 zł oraz uzyskano wpływy z tytułu sprzedaży 13 reklam w wysokości 19,5 tys. zł. W inwenturze na 31.12.2006 r. pozostało 2018 egzemplarzy,
- ad 9. obejmuje rozwiązanie odpisu aktualizującego w kwocie 46 972,47,
- ad 10. dotyczy m. innymi wpływów z tytułu zwrotu VAT z zagranicy, udziału w spotkaniach korporacyjnych, windykacji należności przez syndyka.

Wynik z działalności finansowej wynosi 3 243,26 zł.

Koszty operacyjne dotyczą:	2006 rok	2005 rok
1. realizacji usług promocyjnych, audytowych, szkoleniowych, doradczych i prawnych	227,8 tys. zł	189,3 tys. zł
2. amortyzacji środków trwałych	17,3 tys. zł	9,9 tys. zł
3. zużycia materiałów w związku z utrzymaniem biura	14,0 tys. zł	12,8 tys. zł
4. pozostałych usług	58,3 tys. zł	48,8 tys. zł

5. wynagrodzeń osobowych z narzutami	178,0 tys. zł	157,9 tys. zł
6. wynagrodzeń bezosobowych	7,6 tys. zł	6,6 tys. zł
7. pozostałych kosztów (czynsz wraz z kosztami komplementarnymi podróże służbowe)	47,7 tys. zł	54,8 tys. zł
8. wartości utworzonych w roku 2006 odpisów aktualizujących	40,0 tys. zł	39,2 tys. zł
9. VAT należny od przekazania towarów		11,7 tys. zł
	590,7 tys. zł	531,0 tys. zł

Koszty operacyjne z działalności w roku 2006 osiągnęły 99% założeń budżetu. W porównaniu z rokiem 2005 (z wyłączeniem kosztów dotyczących gazety „Wystawiennictwo”) koszty operacyjne były wyższe o 11,2% (analogicznie jak przychody).

Przekroczenie dotyczy dwóch pozycji kosztów: usług promocyjnych, audytowych, szkoleniowych, doradczych i prawnych (poz. II.1 tabeli) oraz odpisów aktualizujących (poz. II.8 tabeli).

Przekroczenie kosztów o 3,2 % w usługach promocyjnych wynika między innymi z kosztów przygotowania memorandum do Sejmowej Komisji Finansów Publicznych w sprawie nowelizacji podatku od towarów i usług, kosztów związanych z działaniami na rzecz odrzucenia rządowej poprawki o zmianie definicji imprez masowych, opracowania dla potrzeb UFI opinii prawnej w kwestii prawa autorskiego w kontekście działalności targowej.

Przekroczenie o 14,2% kosztów w pozycji 8 wynika z konieczności zarachowania kwoty odpisów aktualizujących należności powyżej 6-ciu miesięcy, które wynoszą 17 049,58 zł i 22 931,65 z tytułu porządkowania ksiąg rachunkowych przed likwidacją. W efekcie kwota ta zamiast planowanych 35 000 zł wyniosła 39 971,23 zł.

Realizację kosztową usług promocyjnych, szkoleniowych, audytowych, prawnych i doradczych przedstawia załącznik nr 2 do sprawozdania.

Rok bilansowy 2006 zamknął się stratą w kwocie 9 238,81 zł. Natomiast wynik podatkowy jest inny od bilansowego i wykazuje dochód w kwocie 60 612,72 zł. Na wynik podatkowy istotny wpływ ma fakt stosowania zasady proporcjonalnego rozliczania kosztów związanych, zarówno z przychodami opodatkowanymi, jak i zwolnionymi od podatku. Przy ustalaniu dochodu stanowiącego podstawę opodatkowania podatkiem dochodowym nie uwzględnia się kosztów związanych z przychodami zwolnionymi z podatku. Korporacja zastosowała zasadę proporcji, zgodnie z udziałem, w jakim pozostają przychody ze źródeł wolnych w ogólnej kwocie przychodów. Wskaźnik ten w roku 2006 wyniósł 12 % i o ten wskaźnik zostały umniejszone koszty uzyskania przychodów, co odpowiada kwocie 64 262,46 zł kosztów.

Na tym sprawozdanie zakończono.

Rada Polskiej Izby Przemysłu Targowego

Poznań, 2 marca 2007 r.