

GED17 - ŚWIATOWY DZIEŃ TARGÓW 2017:

FAKTY i STATYSTYKI - KLUCZOWE KOMUNIKATY

A. Czym są targi i dlaczego w ogóle istnieją

Przemysł targowy w liczbach (dane roczne)

- **Liczba wystawców: 4.4 million**
- **Liczba targów w roku: około 31 000** – bez targów rolniczych, targów rozrywkowych itp. .
- **Liczba zwiedzających: 260 million**

Targi sprzyjają rozwojowi gospodarczemu i społecznemu branż, które obsługują, a przede wszystkim służą ich wystawcom i zwiedzającym (poprawa wizerunku i promocja, kontakty i biznes, edukacja).

- **Targi są instrumentem marketingu towarów i usług.** Targi kreują najlepsze możliwości dotarcia do oferty danego sektora w jednym miejscu, w określonym czasie, gromadząc dużą liczbę osób w jednym miejscu i generując dużą liczbę kontaktów i kontraktów.
 - **Wysoki zwrot z inwestycji: 1 € / 1\$ wydane / zainwestowane przez firmę w udział w targach przynosi 2 € / 2 \$ jeszcze w czasie trwania targów oraz 8 € / 8 \$, biorąc pod uwagę kontrakty zawarte w wyniku udziału w targach: ROI = 2 € / 2 \$ podczas targów i 8 € / 8 \$ po targach!**
- **Targi są narzędziem „kontaktów twarzą w twarz”, wprowadzając unikatowy „czynnik ludzki”.** Targi pomagają odnaleźć nowe kontakty, a także rozwijają już istniejące relacje. **Kontakty budują zaufanie pomiędzy partnerami.**
Zwiedzający cenią sobie instrumentalne doznania:
 - dotykane produktów własnymi rękami
 - bezpośredni kontakt osobisty z ekspertami, pracownikami firm wystawców
 - integrację i wymianę poglądów z innymi klientami.

[część tekstu pochodzi z CERMES/BOCCONI-KEDGE Business School – Kongres UFI 2015]

W czasach gdy technologie odgrywają ważną rolę w naszym codziennym życiu i decydują o sposobie w jaki prowadzimy biznes, targi są cenione w szczególności przez młodych profesjonalistów za to, że angażują kontakty twarzą w twarz.

- **Targi ułatwiają wymianę wiedzy i współpracę, która prowadzi do kreowania pomysłów i projektów, mogących kompletnie zmienić sytuację i tendencje w danej branży.**
 - **Targi stymulują innowacyjność i konkurencyjność** oferując skondensowany przegląd innowacji, badań, rozwoju i trendów na rynku w danej branży, jednocześnie skracając czas dotarcia do oferty rynkowej. Targi są płaszczyzną dyskusji na temat rozwoju gospodarczego i społecznego oraz platformą badań i wymiany i nowych pomysłów, ponad granicami krajów i kultur. Targi generują wartość w postaci nieustannie rosnącej liczby małych i średnich przedsiębiorstw, które działają z zamiarem osiągnięcia sukcesu i korzyści na rynkach dynamicznie rozwijających się. Dostęp do nowych rynków przynosi duże korzyści dla rozwoju firmy i stymuluje jej rozwój gospodarczy.

- Targi to główne węzły światowej gospodarki opartej na wiedzy.
- Dla zwiedzających targi są ekspedycją naukową: odwiedzają oni targi, aby przekonać się czy ich strategie (i ich dostawcy) nadążają za rozwojem technologicznym i rozwojem sytuacji na rynku. Poszukują pomysłów i inspiracji. Zanurzenie w targi pozwala im zrozumieć perspektywę przyszłości.
- Wystawcy na targach dzielą się wiedzą (na temat rynków nabywcy, personelu technicznego i obsługi maszyn w ruchu, prototypów uwzględniających najbardziej zaawansowane innowacje, miejsc sprzyjających spotkaniom na linii sprzedawca – kupujący oraz kupujący – kupujący i wymianie wiedzy pomiędzy nimi).
- Wystawcy uczą się, także od klientów (obserwują konkurentów: wsłuchują się w potrzeby poszczególnych segmentów rynku; to wspiera rozwój innowacji i orientację na rynku.
- Wiodący wystawcy ujawniają więcej informacji niż ich naśladowcy; są oni głównym źródłem informacji na temat innowacji w branży.

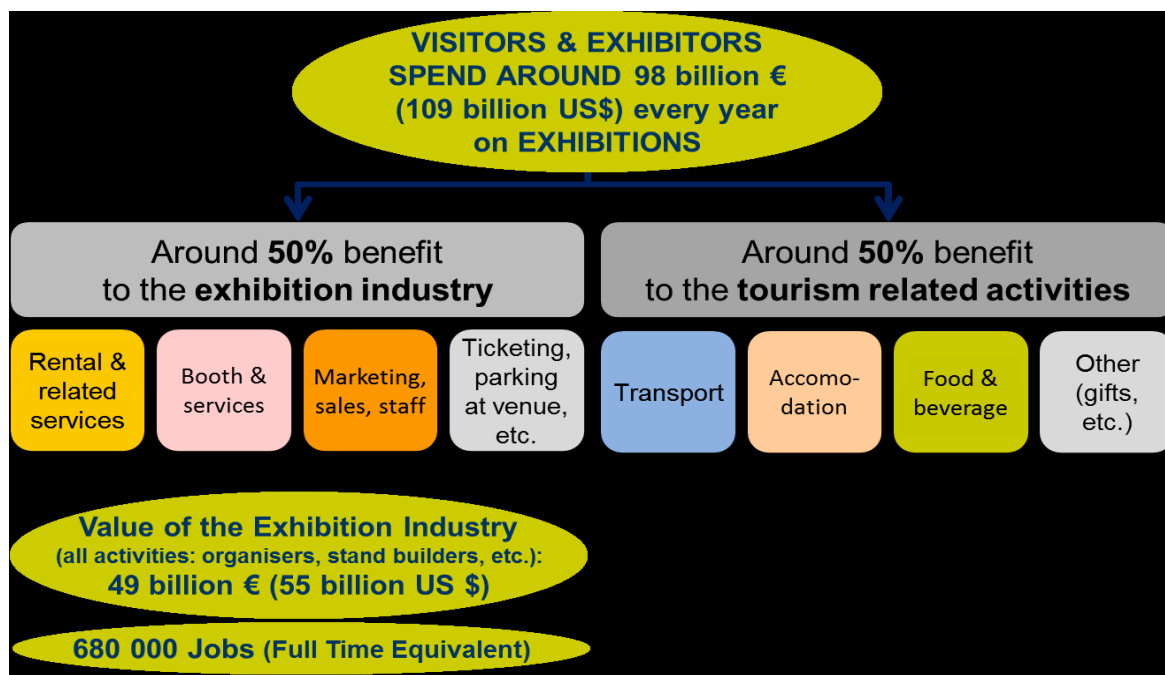
[CERMES/BOCCONI-KEDGE Business School – Kongres UFI 2015]

▪ **Targi wspierają rozwój handlu i są instrumentem internacjonalizacji**

- Organizacja wysokiej jakości targów i wystaw, w bliskiej współpracy z poszczególnymi branżami i społecznością biznesową wspiera rozwój handlu. Targi dla profesjonalistów z różnych sektorów gospodarki (B2B) i targi dla szerokiej publiczności (B2C) wspierają internacjonalizację wielu branż., zarówno w obrębie rynków regionalnych jak i rynków rozwijających się na całym świecie. Dzięki uczestnictwu w wybranych targach, przedsiębiorstwa uzyskują dostęp do globalnej oferty z danej branży.
- Targi wspierają przewagę konkurencyjną kraju; targi są w stanie kreować i wzmocnić krajów marki *[CERMES/BOCCONI-KEDGE Business School – Kongres UFI 2015]*.
- targi promują globalne zrozumienie i współpracę.

B. Targi mają pozytywny wpływ na rozwój regionów

- **Targi wspierają wzrost gospodarczy i generują znaczące korzyści społeczne i gospodarcze**
Targi wspierają wzrost wydajności, tworzą nowe miejsca pracy i pobudzają rozwój gospodarczy i infrastrukturalny – na poziomie regionów i krajów
 - Targi przyciągają światowych ekspertów
 - Targi sprzyjają edukacji i rozwojowi zawodowemu lokalnej społeczności, sprzyjają powstawaniu miejsca pracy, przyciągają wybitne talenty oraz podtrzymują rynek pracy
 - **Targi przyczyniają się do rozwoju gospodarczego i społecznego regionów**, w których odbywają się (wydatki uczestników targów przekładają się na wzrost miejsc pracy i podatku dochodowego)



Połowa wydatków wystawców i zwiedzających trafia do przemysłu targowego (organizatorów targów, obiektów, firm budujących stoiska itd.)	Pozostała połowa trafia do gospodarki lokalnej regionu (noclegi, restauracje, transport itd.).
Liczba zatrudnionych w przemyśle targowym na świecie (we wszystkich specjalizacjach branżowych): 680 000 FTE (liczona w równoważnikach pełnego etatu / FTE - Full Time Equivalent)	
To przekłada się na liczbę tworzonych miejsc pracy (1,8 million FTE) i odprowadzany podatek dochodowy.	

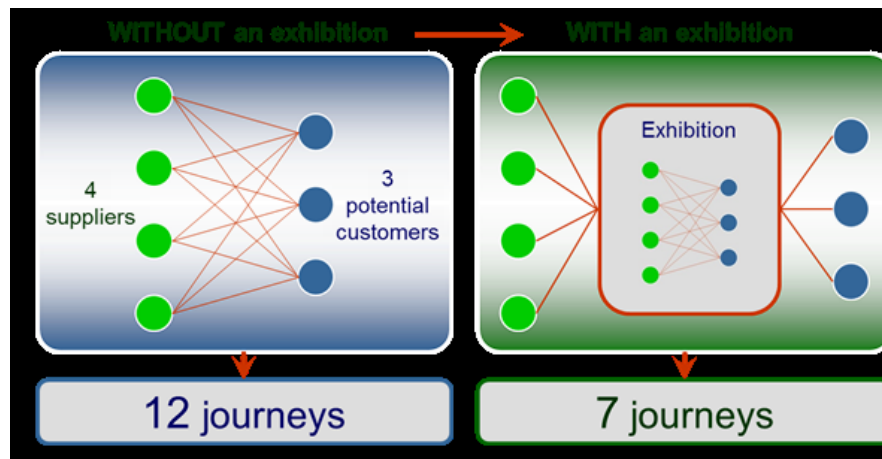
Uwaga:

Wyżej przedstawiony współczynnik „1 do 2” – pomiędzy „obrotami generowanymi przez przemysł targowy” (w całości, z uwzględnieniem wszystkich firm targowych) oraz Całkowitymi „wydatkami ponoszonymi przez wystawców i zwiedzających), jest zgodny z inną przyjętą i komunikowaną przez EEIA – Europejskie Porozumienie Przemysłu Targowego zasadą: „targi generują wydatki wielkości sześciokrotnych obrotów osiągniętych przez organizatorów targów w regionie, w którym się odbywają”.

Współczynnik „1 do 6” dotyczy tylko „obrotów generowanych przez organizatorów targów”, zaś współczynnik „1 do 2” dotyczy także wszystkich pozostałych beneficjentów, tj. obiektów (usług, których kosztem obciążają one bezpośrednio wystawców i zwiedzających, np. parkingi, serwowane posiłki) oraz firm usługowych (np. budujących stoiska itp.). Na podstawie obu tych wskaźników można wysnuć wniosek, iż obroty organizatorów targów stanowią około jednej trzeciej wszystkich obrotów generowanych przez przemysł targowy (w tym obrotów wszystkich firm usług targowych), co może być pewnym niedoszacowaniem, lecz bezpiecznym stwierdzeniem, przy założeniu wspomnianych szacunków.

C. Targi są zrównoważonym sposobem prowadzenia biznesu

- **Targi są najskuteczniejszym narzędziem marketingu, szczególnie dla małych i średnich przedsiębiorstw**
 - Targi są opłacalne w porównaniu z innymi instrumentami i pozwalają zdobyć osobiste kontakty z klientami za przystępną cenę, oferując jednocześnie wysokiej jakości usługę i wysokiej klasy zwiedzających na targach.
- **Targi pozwalają zredukować liczbę podróży**
 - “o ile korzystając z targów 3 dostawców w celu spotkania 4 klientów odbywa 7 podróży, to bez targów musieliby oni odbyć 12 podróży!”



- Ponadto niezależnie od wpływu jaki wywierają bezpośrednio na swój region liczni organizatorzy targów i obiekty targowe, w swoich działaniach stosują oni politykę zrównoważonego rozwoju (skierowaną wobec lokalnej społeczności).

D. Przemysł targowy jest doskonałym miejscem na Twoją karierę zawodową!

- Przemysł targowy oferuje wiele możliwości pracy, które szybko rozwijają się;
- Praca w przemyśle targowym jest ekscytująca, różnorodna, ma charakter międzynarodowy, proaktywny, szybko rozwija się, jest pełna wyzwań, jest dynamiczna, inspirująca, jest tradycyjna a jednocześnie innowacyjna!
- Oferuje Tobie dostęp do wielkiej liczby branż bez konieczności zmiany pracy;
- Zacznij pracę w przemyśle targowym aby odkryć wyzwania i możliwości jakie daje praca w prawdziwym międzynarodowym środowisku;
- Młodzi profesjonaliści są przyzwyczajeni do codziennego korzystania z nowoczesnych technologii. Przemysł targowy gwarantuje, że nie stracą umiejętności niezbędnych w kontaktach twarzą w twarz.

W przemyśle targowym ponad 680 000 osób pracuje w pełnym wymiarze godzin. Czym się zajmują?

ORGANIZATORZY

Organizatorzy targów to kreatorzy. Opracowują koncepcję targów dla danej branży, decydują o obiekcie, w którym będą organizowane i dostawcach usług, sprzedają udział w targach wystawcom i prowadzą działania marketingowe, aby zdobyć wiedzących oraz prowadzą targi od początku do końca przy współpracy z partnerami. Cały zespół organizacyjny pracuje nad realizacją targów. Istnieją organizatorzy targów, którzy zarządzają własnym centrum targowym i organizują targi „u siebie”.

OBIEKTY

Obiekty targowe są miejscem organizacji, domem dla targów. Od ogromnych centrów targowych składających się z wielu pawilonów, po małe obiekty z jedną halą, obiekty targowe na całym świecie różnią się wielkością, stylem i kształtem. Właściwy obiekt, we właściwej lokalizacji oraz właściwy zespół organizacyjny to integralne elementy udanych targów. Są obiekty, które organizują własne targi.

DOSTAWCY USŁUG

Dostawcy usług targowych o prawdziwi eksperci. Aby zorganizować targi, organizator potrzebuje wyspecjalizowanych dostawców usług logistycznych, projektowania i budowy stoisk, usług elektrycznych i oświetleniowych, audiowizualnych, cateringowych, tymczasowy personel, technologie, rejestratory i identyfikatory związane z organizacją eventów, meble i wiele innych, w zasadzie wszystko co jest potrzebne, aby stworzyć od podstaw otoczenie dla spotkań biznesowych, którego wcześniej nie było. W zależności od obiektu i organizatora, wiele z tych usług realizują oni we własnym zakresie podczas gdy inne usługi są nabywane.

STOWARZYSZENIA

Stowarzyszenia targowe pozwalają połączyć wiedzę z praktyką w branży. Stowarzyszenia są ważne, aby zapewnić organizatorom targów, obiektom i dostawcom usług aktualną wiedzę na temat kierunków i trendów rozwoju branży. Stowarzyszenia służą doradztwem prawnym, gromadzą i weryfikują informację, a także pomagają tworzyć zasady i standardy. Stowarzyszenia są gwarancją wysokiej jakości działań biznesowych w poszczególnych sferach branży.

	ORGANIZATORZY TARGÓW	OBIEKTY	DOSTAWCY USŁUG DLA TARGÓW	STOWARZYSZENIA TARGOWE
SPRZEDAŻ	Zatrudnieni w sprzedaży tworzą relacje z potencjalnymi klientami, którym sprzedają produkty lub usługi jakie oferuje firma; w większości firm właśnie ta sprzedaż kreuje ich przychody:			
	powierzchnia targowa sprzedawana wystawcom	powierzchnia wystawiennicza sprzedawana organizatorom	towary i usługi sprzedawane organizatorom targów i wystawcom	członkostwo w stowarzyszeniu, eventy, szkolenia, badania
MARKETING	Marketingowcy pomagają rozwijać się firmie, upewniając się czy jej produkty i usługi są dostrzegalne dla całego świata, wykorzystując media cyfrowe, drukowane, społecznościowe, radio i telewizję:			
	upewniają się czy potencjalni zwiedzający wiedzą o targach oraz zarządzają relacjami z partnerami i dopilnowując umów ze sponsorami	promują obiekt wobec organizatorów targów	prezentują produkty i usługi wobec organizatorów targów, obiektów i nieraz także innych dostawców usług	upewniają się czy społeczność targowa jest świadoma istnienia stowarzyszenia i tego co ono oferuje
DZIAŁALNOŚĆ OPERACYJNA	Pracownicy operacyjni to ci, którzy przygotowują targi, wiedzą co, gdzie i kiedy się dzieje. To wszystkie działania dotyczące organizacji targów i przekształcania powierzchni wystawienniczej w miejsce targów, np:			
	zespół operacyjny zajmuje się organizacją targów, koordynuje wszystkie elementy targów łącznie.	zespół operacyjny obiektu współpracuje z organizatorem, aby zapewnić realizację wydarzenia w obiekcie i upewnić, że obiekt zapewnia wymagane normy w zakresie bezpieczeństwa i ochrony zdrowia	pracownicy operacyjni w tych firmach pracują na powierzchni wystawienniczej, realizując dla klienta szereg usług. Są m.in. odpowiedzialni za budowę stoiska i przekształcanie otoczenia w odpowiednie dla realizacji eventu	Zespół operacyjny stowarzyszenia m.in. zajmuje się organizacją wydarzenia dla członków, prowadzi bieżące działania organizacji
INNE	Te specjalizacje zawodowe niekoniecznie są specyficzne dla pracy w przemyśle targowym, lecz są nieodłącznie związane z działalnością każdej firmy, np. finanse, zarządzanie kadrami, kierowanie biurem, czynności administracyjne, księgowość.			