

Uchwała Rady Polskiej Izby Przemysłu Targowego nr 12/2017 z 22 sierpnia 2017 r.

SŁOWNIK POJĘĆ BRANŻY TARGOWEJ

1. **Targi** – to wydarzenie gospodarcze, społeczne i kulturowe służące rozwojowi przedsiębiorstw, promocji gospodarczej towarów i usług oraz bezpośrednim relacjom międzyludzkim w biznesie; targi mają bezpośredni związek z rozwojem otwartej i zróżnicowanej gospodarki, pełnią ważną rolę w rozwoju regionów i kraju. Targi są miejscem bezpośrednich spotkań, odbywanych w ramach zorganizowanego rynku, regularnie, w ustalonym miejscu, w z góry określonym terminie początkowym oraz o ściśle określonym czasie trwania; uczestnikami targów są wystawcy i zwiedzający. Zadaniem targów jest umożliwienie wszystkim uczestnikom zaprezentowania wzorów produktów, towarów lub usług celem ich promocji oraz dokonania transakcji handlowych w przyszłości.
2. Ze względu na zasięg targi dzielimy na
 - a) **targi międzynarodowe** – to targi, które spełniają co najmniej jedno z następujących kryteriów:
 - liczba wystawców zagranicznych na tych targach stanowi przynajmniej 10% (dziesięć procent) liczby wystawców ogółem;
 - liczba zwiedzających zagranicznych lub ich wejść na tych targach stanowi przynajmniej 5% (pięć procent) liczby ogółem tych zwiedzających lub ich wejść;*Metody liczenia wystawców i zwiedzających określają standardy i definicje UFI - Światowego Stowarzyszenia Przemysłu Targowego. O spełnieniu kryteriów decyduje protokół z audytu danych statystycznych targów.*
 - b) **targi krajowe** – to targi, które nie spełniają żadnego z powyższych kryteriów.
 - c) **targi regionalne** – to targi, których wystawcy pochodzą z jednego lub sąsiednich regionów geograficznych.
3. **Działalność targowa** – profesjonalna działalność usługowa polegająca na organizacji targów w obiektach targowych, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły.
4. **Organizator targów** – osoba fizyczna lub prawna zajmująca się organizacją targów.
5. **Współorganizator targów** – osoba fizyczna lub prawna, która na mocy umowy z organizatorem przejmuje od niego niektóre prawa i obowiązki organizatora, figurująca w oficjalnej informacji dotyczącej danych targów.
6. **Operator obiektu (kompleksu) targowego** – osoba fizyczna lub prawna posiadająca stałe lub czasowe prawo do zarządzania obiektem spełniającym wymogi organizowania targów oraz udostępniania go osobom trzecim w celu organizacji targów.

7. **Przedstawiciel targów** – osoba fizyczna lub prawna dokonująca czynności cywilno-prawnych w imieniu organizatora targów w granicach otrzymanego upoważnienia.
8. **Agent targów** – osoba fizyczna lub prawna będąca pośrednikiem działającym w przemyśle targowym, kojarząca kontrahentów z organizatorami targów lub dostawcami usług targowych.
9. **Obiekt (kompleks) targowy** – to budynek lub kompleks budynków i budowli zbudowanych z przeznaczeniem na organizację wydarzeń (eventów), w którym mogą odbywać się targi i wystawy i który oferuje uznane w branży wysokiej jakości usługi dla targów kontraktacyjnych (B2B) oraz targów konsumenckich (B2C), w którym także mogą odbywać się innego typu wydarzenia z branży spotkań (*podstawa: definicja obiektu targowego przyjęta przez UFI, listopad 2016 r.*).

Hotele, obiekty użyteczności publicznej, obiekty sportowe, parki i konstrukcje tymczasowe nie są traktowane jako obiekty targowe, nawet jeśli odbywają się w nich targi (*podstawa: stanowisko UFI, listopad 2016 r.*).

Lista istotnych kryteriów dla oceny obiektu targowego stanowi załącznik do Słownika Pojęć Branży Targowej.

10. **Teren targów** – przestrzeń, na której odbywają się targi oraz teren jej towarzyszący (parkingi, drogi), immanentnie związany z targami.
11. **Całkowita powierzchnia targowa netto (targów /wydarzenia targowego)** - powierzchnia ogółem zajmowana przez wydarzenie targowe (zarówno kryta jak i otwarta), podawana w metrach kwadratowych, którą stanowi suma:
 - a) powierzchni zajętej przez wystawców na podstawie umów cywilnoprawnych oraz faktycznie zajmowanej przez wystawców przez cały czas trwania targów,
 - b) powierzchni dodatkowo udostępnionej wystawcom na podstawie innych umów cywilnoprawnych, dostępnej także dla zwiedzających przez cały czas trwania targów oraz
 - c) specjalnej powierzchni pokazowej, nieprzypisanej konkretnemu wystawcy, a służącej prezentacjom, demonstracjom towarów będących w ruchu i podobnych przedsięwzięć związanych tematycznie z odbywającymi się targami.
12. **Powierzchnia targowa brutto (targów / wydarzenia targowego)** - suma całkowitej powierzchni targowej netto wraz z powierzchnią sąsiadujących przejść i foyer oraz pomocniczych powierzchni usługowych.
13. **Wystawca** – podmiot, który wynajmuje określoną powierzchnię otwartą lub krytą na podstawie umowy cywilnoprawnej (zawartej z organizatorem targów) w celu prezentacji oferty handlowej, występujący w imieniu własnym lub na rzecz innego przedsiębiorcy, przez cały czas trwania targów. Wystawca może być krajowy lub zagraniczny:
 - a) **wystawca krajowy** – to wystawca, który w formularzu zgłoszenia udziału w targach deklaruje swoją siedzibę na terenie Rzeczypospolitej Polskiej,
 - b) **wystawca zagraniczny** – to wystawca, który w formularzu zgłoszenia udziału w targach deklaruje swoją siedzibę poza terenem Rzeczypospolitej Polskiej.
14. **Współwystawca** - podmiot, który za wiedzą i zgodą wystawcy oraz po rejestracji swojej obecności u organizatora targów współużytkuje z wystawcą stoisko targowe oraz prezentuje własne towary lub usługi przy pomocy własnego personelu.

15. **Stoisko targowe** - przestrzeń przypisana konkretnemu wystawcy oraz wydzielona na podstawie umowy cywilnoprawnej zawartej z organizatorem targów.
16. **Przedsiębiorca usług targowych** - osoba fizyczna lub prawna świadcząca profesjonalne usługi związane z udziałem w targach, w szczególności takie jak:
- a) projektowanie i aranżacja przestrzeni targowej,
 - b) budowa, wyposażenie stoisk targowych,
 - c) budowa przenośnych hal targowych,
 - d) transport, spedycja i logistyka
 - e) wynajem i serwis sprzętu (IT, AV, oświetlenia, itp.)
 - f) media, reklama, promocja,
 - g) digital services,
 - h) tłumaczenia,
 - i) wynajem ochrony,
 - j) catering;
 - k) wynajem dodatkowej obsługi i inne.
17. **Zwiedzający** - rozumie się przez to osobę fizyczną, która posiada prawo wstępu na targi. Zwiedzających dzielimy na:
- a) konsumentów – osoby fizyczne odwiedzające targi nie związane bezpośrednio ze swoją działalnością gospodarczą lub zawodową.
 - b) zwiedzających profesjonalnych – osoby fizyczne odwiedzające targi związane bezpośrednio ze swoją działalnością gospodarczą lub zawodową.

Rada Polskiej Izby Przemysłu Targowego, Poznań, 22 sierpnia 2017 r.

Lista istotnych kryteriów PIPT dla oceny obiektu targowego:

1. Podstawowe informacje i parametry techniczne obiektu:
 - powierzchnia wystawiennicza (tzw. targowa brutto) obiektu,
 - wysokość obiektu,
 - liczba kondygnacji,
 - wejścia – ich liczba, wysokość i szerokość,
 - windy towarowe - ich parametry (maksymalny udźwig w kg, szerokość, głębokość i wysokość),
 - windy osobowe – ich parametry (maksymalny udźwig w kg, liczba osób),
 - rodzaj posadzki,
 - nośność podłóg (w kpa),
 - przestrzeń bezsłupowa,
 - przepusty instalacji w podłodze,
 - maksymalna możliwa wysokość podwieszonych w obiekcie,
 - dopuszczalne obciążenie stropów,
 - możliwość i parametry doprowadzenia mediów do stoisk wystawców (energii elektrycznej, wody, sprężonego powietrza, instalacji grzewczo – chłodzącej, internetu przewodowego i bezprzewodowego),
 - czy obiekt jest klimatyzowany,
 - przystosowanie obiektu do potrzeb osób niepełnosprawnych,
 - systemy kontroli rejestracji dostępu (wjazdu, wejścia);
2. Regulamin obiektu i czynniki bezpieczeństwa:
 - dostępny regulamin obiektu, zawierający: przepisy techniczne i porządkowe, warunki techniczne obiektu, przepisy dotyczące budowy stoisk targowych, bezpieczeństwa przeciwpożarowego, bezpieczeństwa pracy, zasady komunikacji w obrębie obiektu targowego, bezpieczeństwa wystawców i zwiedzających, ochrony środowiska;
 - funkcjonujące systemy monitoringu,
 - punkt medyczny (stały, czasowy),
 - posterunek policji (stały, czasowy)
3. Usługi w obiekcie dostępne dla wystawców:
 - usługi projektowania i budowy stoisk,
 - usługi transportu i przeładunku (załadunku, rozładunku),
 - usługi składowania / magazynowania,
 - ochrona stoisk,
 - sale spotkań / konferencyjne z infrastrukturą teleinformatyczną,
 - gastronomia stała / czasowa;
 - komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna – dostępne w języku polskim i międzynarodowym (np. j. angielskim): strona internetowa; informacje techniczne, plany powierzchni, udogodnienia, przepisy obowiązujące w obiekcie, informacje nt. dostępnych usług, materiały promocyjne dot. obiektu);
4. Dostępność komunikacyjna obiektu:
 - parking / parkingi - liczba miejsc parkingowych (dla samochodów osobowych, autobusów),
 - dostępność środków komunikacji:
 - odległość od lotniska,
 - odległość od dworca kolejowego,
 - odległość od przystanków komunikacji miejskiej,
 - dostępność taxi.