

Poniższe wypowiedzi zostały zarejestrowane w czasie spotkania dla przedstawicieli organizacji branżowych zorganizowanego przez Międzynarodowe Centrum Prasowe i Pracownię Sztuk Plastycznych w dniu 7 maja w Warszawie. Wszystkie wypowiedzi są autoryzowane.

Zbigniew Strzelczyk, prezes Krajowej Izby Gospodarczej Bursztynu, członek Rady Programowej Targów

Taka debata jest potrzebna, szkoda tylko, że nie ma tutaj przedstawicieli tej drugiej strony. Ich nieobecność traktuję jako swego rodzaju bojkot lub brak argumentów do dyskusji.

List otwarty, który był rozpowszechniany podczas targów Amberif i umieszczenie tam KIGB – szczególnie w kontekście budowy targów na Prądyńskiego – jest nieuprawniony. Nasuwa mi się skojarzenie sprzed kilkunastu lat, kiedy też były organizowane konkurencyjne targi przez Krajową Izbę Jubilersko-Zegarmistrzowską w hotelu Gromada, gdzie mówiło się, że właściciel firmy Zbigniew Strzelczyk występuje w Gromadzie, a prezesem jest w Expo, co było kłamstwem.

Izba Bursztynu to obecnie ok. 16 wystawców na targach Złoto Srebro Czas i jest nadzieja, że będzie ich więcej. Decyzja o poparciu zostanie podjęta na zebraniu Rady Izby 12 maja. Wtedy przekażę zebranym informacje o tym, co się dziś tutaj dzieło.

Trzy lata temu podpisaliśmy z Ministerstwem Gospodarki umowę na promocję branży jubilersko-bursztyniarskiej w świecie. Realizujące ten projekt Konsorcjum „Bursztyn. Skarb Polski” składa się z czterech członków: Międzynarodowe Centrum Targowe, Międzynarodowe Targi Gdańskie, firma S&A i Krajowa Izba Gospodarcza Bursztynu. Podpisaliśmy tę umowę w celu promocji marki polskiej biżuterii i bursztynu w świecie przy okazji dużych imprez targowych w Hongkongu, Las Vegas, Vicenzy i Monachium. Pomagaliśmy w organizacji misji wyjazdowych: tu jest szczególnie ważne zaangażowanie MCT, które było za tę część projektu odpowiedzialne. Trzeba powiedzieć jednoznacznie: to, co MCT zrobiło w ramach tej trzyletniej pracy, to ogromny wysiłek w kierunku promocji branży. Jak dziś czytam, że organizatorzy targów na Prądyńskiego wyrażają jedyną potrzebę organizacji targów dla więzi i promocji branży, to... cuchnie mi to naftaliną. Szanuję pana Duka za jego pion, doświadczenia, wszystko to, co robi i robił, ale myślę, że nie tędy droga. Bo ta droga prowadzi do rozbijania branży. Chciałbym więc zaapelować do wszystkich: bez względu na to, jakie słowa tutaj padną, miejmy w perspektywie to, co my stanowimy sobą, nasze firmy, przedsiębiorców i biznes. Wiadomo przecież, że jeśli nie będzie biznesu, to żadne targi nie przetrwają. A takie gniewne pomruki wcale nie służą jedności branży. Apeluję, by zrobić wszystko, a nawet jeszcze więcej, dla jedności branży.

Targi to jest swego rodzaju gra między dwiema stronami: wystawcami a kupcami. Wystawcy są zainteresowani obecnością jak największej liczby odwiedzających kupców, kupcy zaś oczekują jak najbogatszej i zróżnicowanej oferty producentów-wystawców. Im więcej będzie wystawców, tym więcej organizator będzie miał środków finansowych na promocję. Ja też uważam, że obniżanie cen nie jest ważne. To nas samych jako wystawców powinno interesować, czy organizator będzie miał dość środków na daleko idącą promocję imprezy.

Tomasz Kłoczewiak, prezes Stowarzyszenia Rzeczoznawców Jubilerskich

Jesteśmy wprawdzie wymienieni jako organizacja popierająca targi w Expo XXI w liście otwartym dystrybuowanym na targach Amberif w Gdańsku, a nikt z nami nie konsultował jego treści. Moim zdaniem, były to działania lekko fałszujące, które też obrazują, jak działają organizatorzy targów na Expo. Trzeba sobie przede wszystkim zadać pytanie, jaka była przyczyna. Nie chcę tutaj powoływać się na truizmy, ale przecież jak nie wiadomo o co chodzi, to chodzi o pieniądze. Przecież dyrekcja hali na Prądyńskiego była żywo zainteresowana i zrobi wszystko, co w jej mocy – w zakresie finansowym i organizacyjnym – by targi się tam odbyły.

Teraz trzeba zrobić wszystko, co tylko możliwe, by wzmocnić targi Złoto Srebro Czas. Jednym z argumentów utrzymania targów na Prądyńskiego była lokalizacja w centrum miasta, do której się już wszyscy przyzwyczaili. Chciałbym przypomnieć, że w ostatnim czasie również inne imprezy targowe zmieniły lokalizację – Amberif i Ambermart oraz Jubinale – po to, żeby poprawić warunki wystawiennicze. Teraz Międzynarodowe Centrum Targowe przeprowadza się do większej hali, która daje większe możliwości. Takie są deklaracje organizatorów, niebawem zobaczymy, czy rzeczywiście będzie lepiej. Uważam, że zmiana lokalizacji targów to dość oczywiste zjawisko, więc obrażanie się na kogokolwiek – co było impulsem do organizowania drugiej imprezy targowej – nie ma sensu.

Rzeczywiście, nie wiadomo, jak te targi wypadną. Ale nigdy nie wiadomo, nawet jeśli warunki wystawiennicze pozostają niezmiennie. To jest zawsze niewiadoma. To, czy targi będą udane, czy nie, zależy od wielu czynników, m.in. aktualnej koniunktury na rynku. Także ocena tej samej imprezy jest często bardzo różna: komuś poszło lepiej, komuś innemu gorzej. Do zarządu targów na Marsa powinno należeć poprawa organizacji dwóch aspektów, które były bardzo uciążliwe w hali Expo: koszmarny serwis żywnościowy, poniżej wszelkiej krytyki, oraz kosztujące fortunę parkingi podziemne. Te dwa aspekty są wprawdzie drobne, ale szalenie istotne. Chciałbym także zwrócić uwagę na ceny, które są jednym z ważniejszych argumentów dla wystawców. Moim zdaniem, należałoby się zastanowić, czy nie powinny one zostać obniżone, by w ten sposób zrekompensować wystawcom niedogodności związane ze zmianą lokalizacji.

Tomasz Stajszczak, wiceprezes Stowarzyszenia Twórców Form Złotniczych, członek Rady Programowej Targów

Od początku istnienia Rady Programowej Targów Złoto Srebro Czas byłem w niej przedstawicielem STFZ. Na początku marca 2015r. byłem zaproszony i obecny na spotkaniu u pana Stefana Duka przy ul. Elektoralnej. Dyskusja jaka miała tam miejsce, dała podwaliny pod list otwarty, który został opublikowany w magazynie „Gems&Jewelry”. Inna jego wersja pojawiła się na targach Amberif. Z pewnością znajdują się w tym liście sformułowania, które nie powinny się w nim znaleźć, bo są w sposób oczywisty, jeśli nie do podważenia wprost, to dość dyskusyjne. Prawdopodobnie z braku czasu nie zwrócono się do nas o autoryzację.

Pamiętajmy jednak, że list ten jest emocjonalnym wyrazem braku zgody i zaskoczenia decyzją jednostronnie i bez jakichkolwiek konsultacji podjętą przez organizatora. Jest również wyrazem

niezadowolonia i dezaprobaty. Środowisko reprezentowane przez właścicieli największych firm czy stowarzyszeń uzurpuje sobie prawo – i nie ważne, czy ma do tego podstawy czy nie – do co najmniej współdecydowania o tak ważnych decyzjach jak ta, dotycząca zmiany lokalizacji. Wydaje mi się, że targi na Prądyńskiego to nie jest inicjatywa, której celem jest rozbicie branży czy też jej konsolidacja. Celem jest utrzymanie dawnej lokalizacji. To nie kosmici, a grupa wieloletnich przyjaciół i znaczących wystawców targów Złoto Srebro Czas, stwierdziła, że najważniejszą cechą tego typu imprezy o długoletnich tradycjach jest właśnie lokalizacja. Mają do tego prawo i jak widać korzystają z tego prawa.

Ogłoszony, główny cel dzisiejszego spotkania, nazwany próbą wypracowania kompromisu, jest nierealny. Przecież żadna ze stron nie ma zamiaru zrezygnować ze swojej podstawowej decyzji dotyczącej lokalizacji. Już wiemy, że rozłam w branży nastąpił. Jeżeli mamy poprzeć te targi, koncentrujemy się na tym, by wykazać wszystkim, w czym Złoto Srebro Czas jest lepsze od powstałej konkurencji. Tam jest tradycyjna i sprawdzona lokalizacja oraz kilka dużych, wiodących firm, które zadeklarowały swój udział. Tutaj tradycja i doświadczony organizator. Starajmy się – jeśli nie w ciągu jednej edycji, to perspektywicznie dać szansę zarządowi MCT na udowodnienie, że miał rację. Że mimo zmiany adresu, która w przekonaniu wielu stałych wystawców jest fatalna, uda się pozyskać kontrahentów oraz wypracować zyski tak dla wystawców, jak i dla organizatorów.

Bardzo budujące jest oświadczenie organizatorów, że targi Złoto Srebro Czas na pewno się odbędą. Zadane pytanie, jaki będzie ich efekt dla wystawców, pozostało już bez odpowiedzi. Jednak nas przecież nie interesuje tylko sam fakt odbycia się targów.

Nie jesteśmy w stanie określić, co się będzie działo na rynku. Światowa koniunktura jest fatalna, my nie mamy na to wpływu, a dodatkowo naszych gości i odwiedzających zmuszamy do podjęcia wyboru. Wiele firm zawieszonych jest w próżni. Nie wiedzą, za którym organizatorem mają się opowiedzieć i jakie to przyniesie skutki. Trudno im się dziwić, bo tylko większość buduje się.

Jeśli chodzi o ceny, to oczekiwałem takich samych jak w ubiegłym roku, albo jeszcze wyższych! Ale za to rewelacyjnych zysków z targów. Obniżanie ceny do niczego nie prowadzi, a jedynie zwalnia organizatorów z odpowiedzialności za realne efekty. To właśnie efekty są najważniejsze, a tych przecież nie da się wypracować za darmo. Obniżanie, by zrównać się w ofercie cenowej z Expo, spowoduje, że wszystkie dodatkowe działania promocyjne na rzecz imprezy zostaną uszczuplone o kwotę rabatów dla wystawców. To jest błędne koło. Reklama i marketing są kosztowne, ale nieodzowne dla sprawnego funkcjonowania imprezy. Dlatego wciąż czekamy na przedstawienie przez organizatorów listy gwarantowanych działań, o których była mowa, mających przynieść sukces tej imprezie. To też jest ważny przyczynek do pojęcia decyzji o uczestnictwie.

Zdaję sobie sprawę, że to co mówię jest pozornie wbrew interesom wystawców. Trzeba się jednak zastanowić, jaki jest sens występowania na targach. Większość domaga się niskich cen? To dla mnie oznacza, że większość postrzega udział w targach wyłącznie w kategoriach wizerunkowych a nie handlowych?

Tego nie rozumiem.

Michał Kosior, wiceprezes Międzynarodowego Stowarzyszenia Bursztynników

MSB nie było ani konsultantem, ani sygnatariuszem listu otwartego dystrybuowanego na targach Amberif, choć pojawiła się tam nazwa naszej organizacji.

Zdaniem zarządu MSB, decyzja o przeniesieniu targów Złoto Srebro Czas do nowej lokalizacji została ogłoszona zbyt późno. Trzeba sobie zdawać sprawę, że część odwiedzających automatycznie przyjedzie jeszcze na starą halę – tak przynajmniej było w przypadku targów Amberif. Dlatego sugerujemy organizatorom poważne wzmocnienie marketingu imprezy.

Uważamy, że najważniejsza jest marka targów i ich organizator, a nie lokalizacja. W związku z tym zdecydowaliśmy przyznać patronat targom Złoto Srebro Czas. Mamy jednak nadzieję, że w związku z zaufaniem, jakim obdarzamy organizatorów tej imprezy, poprawią oni takie dziedziny jak np. marketing i reklama, by skutecznie dotrzeć z informacją do kupców.

Małgorzata Wąsowska, członek Rady Programowej Targów Złoto Srebro Czas

Nie możemy cofnąć tego, co się wydarzyło: Stefan Duk i Jerzy Macur, oburzeni faktem podjęcia decyzji o przeniesieniu targów Złoto Srebro Czas bez konsultacji z Radą Programową, rozpoczęli agitację na targi na Prądyńskiego. Czy to znaczy, że organizatorów Złoto Srebro Czas należy ukarać i zrobić konkurencyjną imprezę w stosunku do tego, co było robione dobrze, profesjonalnie i zaangażowaniem? A może lepiej zapytać, co organizatorzy zrobią dodatkowo dla wystawców, by nas zadowolić?

Nie możemy cofnąć, tego co się wydarzyło. Ale też nie możemy tracić czasu: trzeba się teraz zastanowić, znaleźć płaszczyznę do kompromisu. Rozmawiam z właścicielami firm: duża ich część postanowiła w ogóle zrezygnować z wystawiania się na targach, jeśli będą dwie imprezy. Czy o to właśnie chodziło organizatorom targów w na Prądyńskiego? Czy rzeczywiście robią to dla dobra branży? Ja tu nie widzę żadnego dobra. Ponadto ta sytuacja negatywnie wpływa na wizerunek branży jubilerskiej.

Ceny nie są najważniejsze. Prawdopodobnie i jedną i drugą stroną będzie stać na to, by utrzymać taką sytuację jeszcze przez kilka lat. Ale trzeba myśleć o wizerunku branży, o tym, jak będziemy postrzegani przez klientów, także tych ostatecznych.