

# Będziemy umacniać markę targów Złoto Srebro Czas

## Rozmowa z Rafałem Galimskim.

Nowa lokalizacja to wprawdzie najważniejsza, ale nie jedyna zmiana na tegorocznych targach Złoto Srebro Czas. Większość z nich ma na celu umacnianie marki imprezy i niesie ze sobą liczne korzyści dla wystawców i kupców.



Rafał Galimski z Anną Dymną, zeszłoroczną laureatką Bursztynowej Róży - honorowego wyróżnienia przyznawanego w imieniu środowisk skupionych wokół targów Złoto Srebro Czas

**Polski Jubiler: Na spotkaniu 7 maja potwierdził pan, że targi Złoto Srebro Czas na pewno się odbędą. Czy istniało zagrożenie, że się nie odbędą?**

Ani przez chwilę. Ale odniosłem wrażenie, że niektórzy wystawcy potrzebowali tego potwierdzenia, zwłaszcza że takie pytania padały kilkakrotnie. Szczercie mówiąc, zaskoczyło mnie, że w ogóle mogą tak myśleć. Że dają nam tak mało szans jako

organizatorowi z 15-letnim doświadczeniem w konfrontacji z kimś, kto zaczął na tym polu zaledwie dwa miesiące temu i w dodatku w sposób nieetyczny.

**Może to też świadczyć o tym, że konkurencja robi wrażenie silnej...**

Nie lekceważę nigdy żadnej konkurencji. 7 maja zaprosiliśmy do stołu możliwie najszerzą reprezentację branży w celu

debaty i osiągnięcia kompromisu. Nieobecność inicjatorów drugiej imprezy utwierdziła nas w przekonaniu, że w zaistniałej sytuacji kluczowe jest umocnienie targów Złoto Srebro Czas i podniesienie ich poziomu w stosunku do poprzednich edycji. W ten sposób chcemy dać dowód tym wystawcom, którzy będą z nami – a mam nadzieję, że będzie to zdecydowana większość – że postąpili słusznie, po raz kolejny wybierając nas jako organizatorów.

**Jakie więc wnioski zarząd Złoto Srebro Czas wyciągnął z tego zamieszania wokół targów?**

Pierwszy jest taki, że być może źle oceniliśmy sytuację i z tego wynikły dalsze konsekwencje, których się nie spodziewaliśmy. Zdajemy sobie sprawę z tego, że pewnych wydarzeń czy decyzji nie da się już cofnąć, ale można załagodzić ich skutki. Dlatego właśnie chcemy się skupić na umacnianiu marki Złoto Srebro Czas. Przeprowadziliśmy wiele rozmów z wystawcami i lepiej poznaliśmy ich potrzeby: wiemy, że chcą skupić się przede wszystkim na biznesie, a nie toczeniu sporów. Cieszy nas niezmiernie, kiedy zgłaszają swoje kreatywne pomysły i chcą je realizować w naszych targach dla dobra obu stron – tak jak w przypadku STFZ. Chcemy być partnerem dla wszystkich organizacji branżowych, ale też dla indywidualnych wystawców – taka współpraca otwiera nowe, obiecujące kierunki rozwoju. Zamieszanie wokół targów nikomu nie służy. Dlatego dla organizatorów Złoto Srebro Czas najważniejsze jest w tym momencie przekonanie wystawców, by

zostali z nami. Proponujemy szereg nowych rozwiązań, które mają na celu ułatwienie prowadzenia biznesu, lepszą komunikację i logistykę. By mieli pewność, że ich decyzja o opowiedzeniu się za doświadczonym organizatorem popieranym przez wiele lat przez branżę i posiadającym realną wizję rozwoju, jest słuszna.

**Jakie konkretnie rozwiązania zostały przygotowane?**

Chcemy dokonać usprawnień przede wszystkim w tych obszarach, które jawią się jako najbardziej problematyczne. Wystawcy narzekali na zbyt drogie parkingi oraz fatalny catering na Expo. Dlatego w hali przy ulicy Marsa 56 C, gdzie parking jest dużo lepiej zorganizowany i ceny są niższe, proponujemy dodatkowo każdemu wystawcy jedno miejsce postojowe gratis. Jeśli zaś chodzi o catering, wprowadzimy sprawdzone firmy zewnętrzne, jak również zadamy o zwiększenie liczby punktów kawiarnianych. Pojawią się także tzw. meeting points – miejsca przeznaczone do rozmów biznesowych, stworzone przede wszystkim z myślą o tych, którzy nie mają warunków, by spotkać się ze swoimi partnerami na stoisku. Ponadto przed targami Złoto Srebro Czas wdrożony zostanie nowy system rejestracji online dla kupców, który ułatwi ich kojarzenie z wystawcami, ale też funkcjonowanie obu tych grup na targach. Idąc z duchem czasu i wzorem najlepszych imprez targowych na świecie, zaoferujemy wszystkim uczestnikom targów darmowy dostęp do Internetu. Odmrozną zaletą hali MT Polska – oczywiście oprócz tego, że jest dwa razy większa – jest bardzo dobra współpraca z jej zarządcą, który traktuje nas jak partnera biznesowego, czego bardzo nam brakowało przez te wszystkie lata w Expo. Dzięki temu mamy realny wpływ na realizację postulatów naszych wystawców i nie musimy np. martwić się o zbyt wysoką temperaturę panującą w hali lub dodatkowo wynajmować bankowozu na potrzeby kupców i gości targów.

**Dla wystawców najważniejsze zdają się być jednak warunki cenowe...**

Oczywiście zdają sobie z tego sprawę. Wystawcy oczekują jak najniższej ceny,

a jednocześnie jak najwyższego poziomu targów – to dość sprzeczne oczekiwania i raczej trudne do zrealizowania. Zaproponowaliśmy już 8-procentową zniżkę dla wszystkich, zadeklarowaliśmy otwartość na negocjacje, ale i one muszą mieć swoją granicę i wykluczają ryzyko obniżenia jakości imprezy. Staraliśmy się więc proponować takie warunki, które być może nie wprost są związane z obniżką cen za powierzchnię wystawienniczą, ale w sumie składają się na realnie niższy koszt uczestnictwa w targach.

**Wystawcy przyglądają się tej walce cenowej i zakładają, że zaproponowana ostatecznie cena będzie odzwierciedlała realne koszty organizacji targów w Warszawie.**

A co rozumiemy pod hasłem realne koszty? Największą część tych kosztów stanowi wynajem hali oraz promocja i organizacja – proszę pamiętać, że zespół targowy pracuje przez cały rok, zajmując się w tym czasie działaniami promocyjnymi i pozostając do dyspozycji wystawców. Wystarczy porównać naszą ofertę z cenami innych organizatorów targów, by się przekonać, że nie są to najdroższe targi w Polsce. Pamiętajmy też, że impreza odbywa się w Warszawie, gdzie realne koszty prowadzenia biznesu i życia są wyższe niż np. w Gdańsku czy Krakowie.

**Wystawcy mają też obawy, czy nagłośnienie imprezy na Marsa będzie wystarczające.**

Mamy tego świadomość, dlatego temu zagadnieniu poświęciliśmy dotychczas bardzo dużo uwagi. Dziś możemy powiedzieć o tej części naszych planów, których realizacja jest już zaawansowana. I tak planujemy uruchomienie specjalnej linii autobusowej na trasie centrum – MT Polska, która korzystałaby z szybkiego bus pasa i dowoziła gości na targi. Cały czas pracujemy nad systemem komunikacji, który przede wszystkim pozwoli nam dotrzeć z informacją o zmianie lokalizacji targów do możliwie jak najszerszej rzeszy kupców. Zależy nam, by była ona możliwie jak najbardziej profesjonalna, dlatego nawiązaliśmy współpracę z agencją PR. Dziś wiadomo, że będą to m.in. billboardy, zaproszenia drukowane, wykorzystamy oczywiście Internet i media

branżowe w kraju i zagranicą, nadawców radiowych, a być może także telewizyjnych. Prowadzimy też rozmowy z korporacją taksówkową na temat zniżek na przejazd na Marsa dla naszych gości. Myślimy także o innych ułatwieniach, ale jest jeszcze zbyt wcześnie, by o tym mówić. Planujemy też działania informacyjne w bezpośrednim sąsiedztwie Expo. Będą one jak najbardziej kompleksowe, zwłaszcza że mamy świadomość, iż pewna – mam nadzieję, że niewielka – część nieświadomych kupców trafi jednak na Expo. Z mojego doświadczenia wynika, że nie da się zrobić dobrych targów w pół roku, dlatego jestem przekonany, że ci kupcy i tak ostatecznie trafią do MT Polska.

**W tym zamieszaniu targowym nieco dziwi fakt, że MCT i PSP nie reagują na ewidentne próby osłabienia wizerunku targów Złoto Srebro Czas, jak również na próby wrogiego przejęcia koncepcji wypracowanych i sprawdzonych przez lata.**

Dotychczas mieliśmy nadzieję, że jednak uda nam się porozumieć z drugą stroną, dlatego nie podejmowaliśmy żadnych konkretnych działań. Teraz jednak postanowiliśmy przeciwstawić się wszelkim przejawom nieuczciwej konkurencji i naruszania dóbr intelektualnych. Jesteśmy to winni także uczestnikom Złoto Srebro Czas, którzy przez 15 lat współtworzyli targi i budowali z nami ich rangę. Najbliższą inicjatywą będzie przedstawienie problemu na walnym zgromadzeniu Polskiej Izby Przemysłu Targowego, do której należy zarówno MCT/PSP, jak i Expo XXI. Kodeks etyki Izby oparty na międzynarodowych standardach jako istotne zasady prowadzenia działalności przyjmując zasadę poszanowania cudzej własności intelektualnej przy zachowaniu uczciwej konkurencji oraz prowadzenie działań zgodnie z dobrymi obyczajami, powszechnie przyjętymi standardami i uregulowaniami prawnymi. Zasady te świadczą o tym, że niedopuszczalna jest organizacja w tym samym czasie i w tym samym mieście konkurencyjnych targów tej samej branży. Rozważamy także inne działania prawne, łącznie z wejściem na drogę sądową – to, czy je wcielimy w życie, zależy jednak od dalszego rozwoju sytuacji. Jedno jest pewne: będziemy się bronić.

**Dziękuję za rozmowę. <**