



Magiczny
Kraków

Targi w Krakowie w centrum uwagi globalnej branży targowej

2025-11-25

Podczas 92. UFI Global Congress w Hong Kongu - najważniejszego wydarzenia branży targowej na świecie - w centrum uwagi znalazła się... Polska! Prezes Zarządu Targów w Krakowie Ewa Woch oraz Wiceprezes Paweł Nikliński odebrali UFI Marketing Award, najważniejsze wyróżnienie w globalnym przemyśle targowym. To pierwsza w historii nagroda UFI dla polskiej firmy, co nadaje temu sukcesowi wyjątkowy wymiar.

Kampania, która zainspirowała branżę

Jury doceniło kampanię marketingową jubileuszowej, 30. edycji **Międzynarodowych Targów Stomatologicznych KRAKDENT®** - kluczowego wydarzenia branży stomatologicznej w Europie. Tematem tegorocznej edycji konkursu było **NextGenConnect: Marketing strategies to engage the Next Generations in exhibitions**, a kampania Targów w Krakowie okazała się wzorcową odpowiedzią na to wyzwanie.

Co sprawiło, że projekt wyróżnił się wśród międzynarodowych zgłoszeń?

Na sukces projektu złożył się storytelling, który nadał kampanii dynamikę. Ważną rolę odegrał również video marketing - emocjonalny, angażujący i atrakcyjny szczególnie dla młodszych odbiorców. Współpraca z influencerami zwiększyła zasięgi kampanii, a szeroko zakrojone działania aktywujące społeczność - zarówno online, jak i podczas samego wydarzenia - sprawiły, że uczestnicy mogli realnie współtworzyć jubileuszową edycję. Kluczowym elementem było także wykorzystanie unikalnego charakteru Krakowa, dzięki czemu komunikacja zyskała unikalny charakter i mocne osadzenie w lokalnym DNA.

To połączenie dało efekt, który zauważyła cała branża - spójną, wielowymiarową kampanię idealnie odpowiadającą na potrzeby nowego pokolenia odwiedzających.

Polska kampania na światowej scenie

Podczas sesji **Insights Series - Ideas in Action: Marketing** Prezes Ewa Woch zaprezentowała zwycięski projekt międzynarodowej publiczności. Reakcje potwierdziły, że to właśnie takie podejście staje się kierunkiem rozwoju współczesnych wydarzeń targowych - bardziej otwartych, angażujących i zorientowanych na potrzeby odwiedzających z różnych pokoleń. Prezentacja Targów w Krakowie pokazała, jak przemyślana strategia marketingowa może realnie zmieniać oblicze wydarzeń targowych i budować przewagę konkurencyjną. To również sygnał dla branży, że polskie wydarzenia nie tylko śledzą globalne trendy, ale potrafią je tworzyć.