



POLAND
CONVENTION
BUREAU



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA



Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce

**raport
2025**

■ www.pot.gov.pl

Szanowni Państwo,

oddajemy w Państwa ręce szesnastą edycję raportu „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce”. Stanowi on podsumowanie osiągnięć branży spotkań z roku ubiegłego.

Cieszy fakt, iż znowu mamy lepszy rok! W porównaniu z rokiem 2023, w prezentowanych w niniejszym raporcie, miastach utrzymuje się liczba raportowanych wydarzeń — odnotowano nieznaczny wzrost o 22 spotkania w skali kraju. Znaczącej zmianie uległa natomiast struktura rodzajów organizowanych wydarzeń. W roku 2024 najczęściej odbyło się wydarzeń korporacyjnych oraz motywacyjnych, które stanowiły 49 proc. wszystkich spotkań (wzrost o 8 punktów procentowych względem roku 2023). Konferencje i kongresy odpowiadały za 46 proc. wydarzeń (spadek o 8 punktów procentowych), a targi i wystawy stanowiły 5 proc. całości. Wydarzenia korporacyjne i motywacyjne realizowane są zazwyczaj w krótszym czasie niż konferencje i kongresy, które wymagają wieloletnich przygotowań i odpowiedniego zaplecza organizacyjnego — niektóre z nich odbywają się bowiem nawet co 4 czy 5 lat. Zwiększa to dodatkowo ich prestiż i rangę, tym samym budząc zainteresowanie wielu potencjalnych gospodarzy.



Nawiązując do międzynarodowych spotkań stowarzyszeń, warto zwrócić uwagę, na doskonały wynik Polski w raporcie „**Globe Watch Business Analytics – 2024 Country & City Rankings**” (International Congress and Convention Association), przygotowanym z udziałem członków ICCA, w tym Polskiej Organizacji Turystycznej i polskich partnerów przemysłu spotkań. Analizie poddano w nim dane z niemal 10 000 spotkań zorganizowanych na całym świecie w 2024 roku. W rankingu opublikowanym przez ICCA w maju 2025 roku Polska zajęła 19. miejsce w globalnym rankingu krajów (dane za 2024 rok), plasując się tym samym w czołowej dwudziestce. Natomiast w rankingu europejskim Polska uplasowała się na 12. pozycji. W czerwcu 2025 Polska potwierdziła swoją stabilną pozycję w raporcie „**International Meetings Statistics Report 2024**”, opublikowanym przez Union of International Associations (UIA). Nasz kraj uplasował się na 21. miejscu na świecie pod względem liczby spotkań międzynarodowych organizacji stowarzyszeniowych. Osiągnięcia te akcentują potencjał naszego kraju jako kluczowego gracza w globalnym przemyśle spotkań. Pomimo trudności i wyzwań, jakie kraj napotyka w obecnej sytuacji geopolitycznej, jest to znaczące osiągnięcie, które podkreśla rosnący wpływ i zdolność Polski do organizowania międzynarodowych wydarzeń stowarzyszeń.

Przemysł spotkań w Polsce przeszedł znaczną transformację, przekształcając się z niszowego sektora w ważny element gospodarki narodowej. Znaczący wpływ na tę transformację miało również powstanie w roku 2000 Polskiej Organizacji Turystycznej oraz akcesja Polski do Unii Europejskiej, która przyspieszyła powstanie szeregu kluczowych inwestycji. Te z kolei przyczyniły się do dynamicznego wzrostu i profesjonalizacji branży. Jednym z kluczowych elementów transformacji było powstanie nowoczesnych obiektów konferencyjnych i wystawienniczych, a także powołanie miejskich i regionalnych convention bureaux. Obecnie, obok Poland Convention Bureau, które zostało powołane w 2002 roku, działa 14 biur w różnych częściach Polski, z czego 4 ośrodki – Kraków, Gdańsk, Wrocław i Szczecin postawiły na konkretne i mierzalne rozwiązania dołączając w latach 2022-2025 do prestiżowej międzynarodowej inicjatywy **Global Destination Sustainability Index (GDS-Index)**. Certyfikacja GDS-Index otwiera drzwi do międzynarodowej współpracy, wymiany doświadczeń i wdrażania najlepszych praktyk, które pomagają uczynić turystykę i organizację wydarzeń bardziej odpowiedzialnymi i przyjaznymi dla środowiska.

Mimo dynamicznego rozwoju, branża spotkań w Polsce staje przed wieloma wyzwaniami, w tym rosnącą konkurencją z innych krajów, koniecznością dalszej modernizacji infrastruktury oraz adaptacją do zmieniających się potrzeb klientów. Świadoma tych zmian, Polska Organizacja Turystyczna, wprowadziła w 2025 roku dwa cykliczne programy aktywnego wsparcia na okoliczność pozyskiwania i organizacji wydarzeń realizowanych przez podmioty zewnętrzne, tj.: **Narodowy Program Wsparcia dla Przemysłu Spotkań** prowadzony wspólnie przez Polskie Linie lotnicze LOT oraz Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce oraz **Promocyjny Program Wsparcia dla Spotkań i Wydarzeń**. Stanowią one wsparcie dla Programu Ambasadorów Kongresów Polskich, Programu Rekomendacji Profesjonalnych Organizatorów Kongresów, Programu Rekomendacji Profesjonalnych Organizatorów Podróży Motywacyjnych.

Prezentując kolejną edycję raportu, dziękujemy trzynastu miejskim i regionalnym convention bureaux oraz ZEN.COM Expo – Centrum Wystawienniczo-Kongresowemu Województwa Podkarpackiego, które włączyło się w zbieranie danych na swoim obszarze. Dziękujemy rekomendowanym organizatorom kongresów i podróży motywacyjnych. Przekazali oni dane opracowane w rozdziale dotyczącym analizy spotkań i wydarzeń zorganizowanych przez nie w 2024 roku.

Życzę Państwu wielu sukcesów, ciągłego rozwoju i nawiązywania nowych kontaktów biznesowych, które bez wątpienia przelożą się na pozyskanie oraz organizację nowych spotkań i wydarzeń w Polsce.

Zapraszam do lektury!

Rafał Szmytke
Prezes Polskiej Organizacji Turystycznej
wraz z zespołem redakcyjnym

Spis treści

	Wstęp	4
1	Polska w rankingach ICCA i UIA	5
2	Metodyka badań	7
3	Spotkania i wydarzenia w Polsce w 2024 roku	
	Konferencje i kongresy	9
	Wydarzenia korporacyjne i motywacyjne	10
	Targi i wystawy	11
	Analiza wydarzeń w miastach	12
4	Analiza wydarzeń zorganizowanych przez rekomendowanych organizatorów kongresów i podróży motywacyjnych	27
5	GDS Index Polska: mapa zrównoważonych miast	28
6	Słownik pojęć i skrótów	33

Wstęp

Głównym celem raportu „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings & Events Industry Report 2025” jest możliwie najszerszy opis aktualnej na 2024 rok sytuacji w branży przemysłu spotkań i wydarzeń w Polsce.

Stan przemysłu spotkań i wydarzeń w Polsce w 2024 roku prezentowany jest na podstawie danych uzyskanych z trzech źródeł:

- rozdział 1 – dane udostępniane przez międzynarodowe organizacje i stowarzyszenia (ICCA i UIA),
- rozdział 3 – dane zgromadzone przez miejskie i regionalne convention bureaux (tzw. badanie krajowe),
- rozdział 4 – dane przekazane przez rekomendowanych przez Polską Organizację Turystyczną organizatorów kongresów i podróży motywacyjnych (PCO i ITC).

Mimo szerokiego spectrum te trzy perspektywy nie gwarantują pełnego obrazu zjawiska. Dane przedstawione w tegorocznym raporcie, podobnie jak w raportach z lat poprzednich, nie stanowią wyczerpującego opisu wszystkich wydarzeń ani nie są wynikami badań realizowanych na próbach losowych, uprawniających do przenoszenia rezultatów na całe zjawisko w skali ogólnopolskiej.

Raport został opracowany przez zespół pracowników Polskiej Organizacji Turystycznej w składzie:

Aneta Książek, Jarosław Marciuk, Magda Mazgaj

Zdjęcie na okładce: Stary Rynek Poznań, fot. Adam Cierieszko

1

Polska w rankingach ICCA i UIA

Raporty są narzędziem benchmarkingu w zakresie potencjału kongresowo-konferencyjnego destynacji biznesowych, co pozwala na ustalenie przewag i luk konkurencyjnych w przypadku kandydatury na gospodarza określonego wydarzenia. Polska Organizacja Turystyczna jest aktywnym członkiem dwóch najważniejszych organizacji międzynarodowych, prowadzących badania statystyczne dotyczące zorganizowanych i planowanych spotkań - od 2002 roku ICCA (International Congress and Convention Association), a od 2011 - UIA (Union of International Associations). Poland Convention Bureau rokrocznie raportuje do ICCA i UIA wydarzenia, które odbyły się w naszym kraju, zgodnie z przyjętymi przez stowarzyszenia kryteriami.

Raport statystyczny ICCA 2025 prezentuje spotkania, które odbyły się w 2024 roku. Polska zdobyła 19. miejsce na świecie pozostając tym samym w TOP 20 w globalnym rankingu.

Polska utrzymała także dwunastą pozycję w rankingu europejskim. Do rankingu miast ICCA 2025 dostały się następujące polskie miasta:

- Warszawa (pozycja 31 z 62 spotkaniami)
- Kraków (pozycja 42 z 49 spotkaniami)
- Wrocław (pozycja 135 z 18 spotkaniami)
- Gdańsk (pozycja 167 z 14 spotkaniami)
- Poznań (pozycja 323 z 10 spotkaniami)
- Łódź oraz Katowice (pozycja 232 z 6 spotkaniami)
- Lublin (pozycja 367 z 5 spotkaniami)

A także Kielce, Kościelisko, Pruszków – po 3 spotkania, Białystok, Bydgoszcz, Zakopane – po 2 spotkania, Krzyżowa, Krynica, Opole, Serock, Szczecin, Zamość – po 1 spotkaniu. Udział tych miast tj. dodatkowe 21 spotkań dla Polski.

W sumie Polska – ze 191 spotkaniami – uplasowała się na 19. miejscu na świecie. Czechy ze 175 spotkaniami zajęły miejsce 21, Węgry miejsce 35 (107 spotkań) a Słowacja – 70 (21 spotkań).

Pozycja Polski w czołowej dwudziestce krajów globalnie i czołowej piętnastce w Europie wskazuje na silną obecność kraju na międzynarodowym rynku spotkań. Choć Warszawa i Kraków są głównymi ośrodkami, fakt, że inne miasta również goszczą międzynarodowe wydarzenia, świadczy o potencjale rozwoju regionalnego w branży. Dla podmiotów B2B w Polsce, te dane potwierdzają, że rynek spotkań stowarzyszeń międzynarodowych w kraju jest aktywny i stanowi ważny segment działalności.

Raport ICCA przygotowywany jest na podstawie danych o spotkaniach stowarzyszeniowych zebranych od convention bureaux, obiektów konferencyjnych, hoteli i samych stowarzyszeń. Analizowane spotkania muszą spełniać trzy warunki: odbywać się cyklicznie, skupiać minimum 50 uczestników i migrować pomiędzy co najmniej trzema krajami. We wspólnym wysiłku z oddanymi członkami ICCA zespół badawczy zidentyfikował ponad 11 000 takich spotkań w 2024 roku.

Obecnie członkami stowarzyszenia ICCA jest 18 podmiotów z Polski. Członkowie odgrywają kluczową rolę w podnoszeniu pozycji kraju na mapie globalnych spotkań, oferując szereg korzyści i możliwości zarówno dla krajowych, jak i międzynarodowych organizatorów wydarzeń. Członkowie ICCA z Polski według stanu na rok 2025: www.pot.gov.pl

Raport UIA 2025 uwzględnia 535 457 spotkań zorganizowanych w 273 krajach, w 12 629 miastach, przez 29 670 organizacji międzynarodowych.

Jak podaje UIA w ciągu ostatnich 20 lat (2005-2024) niekwestionowanym liderem rynku wciąż jest Europa, która przyjęła 53 proc. spotkań i wydarzeń, następnie Azja – 23 proc., Ameryki – 17 proc., Afryka – 4 proc. i Australia/Oceania – 3 proc.

Natomiast w samym 2024 roku spotkania i wydarzenia rozłożyły się następująco: Europa przyjęła aż 56 proc. spotkań i wydarzeń, następnie Azja – 22 proc., Ameryki – 14 proc. , Afryka – 4 proc. i Australia/Oceania – 3 proc. W pierwszej 10 miast na świecie w 2024 roku najpopularniejszymi miastami okazały się: Bruksela, Wiedeń, Seul, Barcelona, Tokyo, Rzym, Lizbona, Madryt, Paryż, i Dubaj.

Podsumowanie za lata 2005-2024 wskazuje, iż na świecie dominują spotkania stowarzyszeniowe skupiające od 101 do 500 uczestników (49,4 proc.), mniejsze – poniżej 100 uczestników skupiają 27,6 proc. rynku, z kolei większe: 501 do 1000 uczestników – 11,7 proc. a 1001 do 3000 – 7,7 proc.

Ponad ¼ spotkań i wydarzeń trwała średnio 3 dni (27,4 proc.), następne w kolejności były wydarzenia 4 dniowe – 19,7 proc. i 2 dniowe – 18,3 proc. , a jednodniowych i pięciodniowych było po ok. 13 proc.

Jednocześnie warto podkreślić, iż w rankingu za ostatnie 20 lat wśród 30 zaprezentowanych krajów Polska plasuje się ponownie na 23 miejscu, Węgry również niezmiennie zajęły 28. lokatę, a Czechom już drugi rok po wypadnięciu poza pierwszą trzydziestkę, nie udało się do niej wrócić. Wysoka lokata Polski to bez wątpienia zasługa całej polskiej branży spotkań i dowód na jej dużą transformację w ostatnim dwudziestoleciu.

W 2024 roku Polska z 143 wydarzeniami utrzymała się na 21 pozycji w rankingu światowym (prezentującym 100 państw). Wciąż przoduje wśród krajów Grupy Wyszehradzkiej (27. Czechy, 29. Węgry, 64. Słowacja).

Wśród pierwszej setki miast z całego świata w 2024 roku najlepszą pozycję wśród polskich miast uzyskali: Kraków – 31 pozycja z 55 spotkaniami (poprawa o 11 miejsc w porównaniu do 2023) oraz Warszawa – 48 pozycja z 33 spotkaniami (spadek w rankingu o 6 miejsc).

Swoją obecność w zestawieniu UIA odnotowały także inne polskie miasta tj.:

- Gdańsk – 13 spotkań
- Wrocław – 9 spotkań
- Poznań – 7 spotkań
- Katowice i Łódź – po 5 spotkań
- Lublin, Białystok, Kościelisko, Sopot, Bystra – po 2 spotkania
- Bydgoszcz, Cieszyn, Gdynia, Kielce, Krzyżowa, Łomża, Szczyrk – po 1 spotkaniu

Spotkania analizowane przez UIA muszą spełniać jednocześnie cztery warunki: trwać co najmniej 3 dni, skupiać min. 300 uczestników, uczestnicy pochodzą z min. 5 krajów, przynajmniej 40% uczestników pochodzi z zagranicy.

2

Metodyka badań

Na potrzeby tegorocznego raportu miejskie i regionalne convention bureaux, a także ZEN.COM Expo – Centrum Wystawienniczo-Kongresowe Województwa Podkarpackiego przekazały informacje na temat 18 934 spotkań i wydarzeń w 2024 roku, w których każdorazowo uczestniczyło co najmniej 50 osób. Polska utrzymała poziom raportowanych danych w stosunku do roku 2023.

Informacje o wydarzeniach w obszarach działań miejskich i regionalnych convention bureaux zbierane były na dwa sposoby. Większość biur pozyskiwała dane bezpośrednio z obiektów (m.in. hoteli, centrów konferencyjno-targowych, uczelni wyższych i obiektów kulturalnych wynajmujących sale, obiektów historycznych: zamków, pałaców, dworów), korzystając ze standaryzowanego arkusza opracowanego na potrzeby raportu. W arkuszu gromadzono informacje, m.in. o miejscu wydarzenia, pochodzeniu grup, charakterze, czasie trwania, formie spotkania i liczbie uczestników poszczególnych spotkań.

Warsaw Convention Bureau przekazało do raportu dane zbierane przez pośrednika (firma Z-Faktor) - brakuje tam informacji o pochodzeniu grupy (krajowa czy zagraniczna). Podobnie jak ICCA, w raporcie „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2025” prezentujemy dane na temat wydarzeń/imprez organizowanych dla minimum 50 uczestników. Sposób realizacji badania krajowego – zbieranie danych o wydarzeniach przez miejskie i regionalne convention bureaux – pozwala spojrzeć na stan przemysłu spotkań w Polsce w szerokiej perspektywie; należy wszakże pamiętać, że nie jest to całościowy opis zjawiska w skali całego kraju.

Analizy, których wyniki przedstawiono, wykonane zostały na podstawie danych o 18 934 spotkaniach i wydarzeniach z 2024 roku pozyskanych z miast oraz 873 spotkaniach i wydarzeniach z 2024 roku pozyskanych od rekomendowanych PCO i ITC.

Nie są one ani próbą pełną (wszystkie wydarzenia) ani losową (reprezentatywny wybór spotkań i wydarzeń). Istnieją również inne utrudnienia dotyczące całościowego opisu zjawiska, jakim jest przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce, m.in. nieporównywalne obszary, na których prowadzą działania różne miejskie i regionalne convention bureaux (tylko miasto, tylko region, miasto i region) oraz to, że nie wszystkie spośród nich przekazują dane na potrzeby raportu (w 2024 roku – 13 convention bureaux).

Podobnie jak w latach ubiegłych, wydarzenia podzielono na trzy grupy, klasyfikując je według poniższych definicji:

- 1** konferencja/kongres – określa krajowe i międzynarodowe spotkanie stowarzyszeń bez wyraźnego podziału na spotkania rządowe i pozarządowe;
- 2** wydarzenie korporacyjne/motywacyjne – określa wydarzenie firmowe ze szczególnym zwróceniem uwagi na szkolenia, warsztaty, seminaria, konferencje prasowe, premiery produktów i wydarzenia motywacyjne, w tym podróże, wyjazdy motywacyjne o charakterze gratyfikacyjnym, uznaniowym;
- 3** targi/wystawy – termin ten jest zarezerwowany dla dużych wydarzeń o dowolnej tematyce, zazwyczaj odbywających się na terenie obiektów wystawienniczych.

Zastosowano również, analogicznie do poprzednich edycji raportu, podział wydarzeń pod względem różnic branżowych i tematycznych, jak poniżej:

- 1** ekonomiczno-polityczne – spotkania i wydarzenia związane z ekonomią, polityką, finansami, naukami o zarządzaniu, towaroznawstwem;
- 2** handlowo-usługowe – spotkania i wydarzenia związane z zaspokajaniem bezpośrednich potrzeb ludzkich, ich rezultaty przeważnie nie przyjmują postaci rzeczowej, nie wiążą się bezpośrednio ze stwarzaniem nowych dóbr (usługi transportowe, usługi dla przemysłu, rolnictwa, usługi komunalne i mieszkaniowe, usługi adwokackie, usługi dotyczące oświaty i wychowania, kultury i sztuki, ochrony zdrowia i opieki społecznej, kultury fizycznej i sportu, turystyki i wypoczynku, instytucji finansowych i ubezpieczeniowych oraz inne usługi o charakterze osobistym, np. fryzjerskie czy fotograficzne);
- 3** humanistyczne – spotkania i wydarzenia związane z kulturą i sztuką (historią sztuki, filologią, muzykologią, etyką, filozofią) oraz związane ze społeczeństwem (historią, archeologią, socjologią, psychologią, ekonomią i antropologią);
- 4** informatyczno-komunikacyjne – spotkania i wydarzenia związane z dyscypliną naukową i techniczną zajmującą się przetwarzaniem informacji, w tym: technologiami przetwarzania informacji, technologiami konstruowania systemów przetwarzających informacje oraz systemami komunikacji, komunikacją i jej pochodnymi;
- 5** medyczne – spotkania i wydarzenia związane z naukami medycznymi, w tym: stomatologią, farmacją, zdrowiem publicznym, fizjoterapią, diagnostyką laboratoryjną, technologią medyczną, biologią medyczną, biogerontologią;
- 6** techniczne – spotkania i wydarzenia związane z architekturą i urbanistyką, automatyką i robotyką, bio-cybernetyką, budownictwem, elektroniką, elektrotechniką, geodezją i kartografią, górnictwem, inżynierią, technologią chemiczną, transportem.

3 Spotkania i wydarzenia w Polsce

WYDARZENIA KORPORACYJNE I MOTYWACYJNE

9 201

49% zgłoszonych wydarzeń



konferencji i kongresów

2 097 019



uczestników

Forma spotkania

stacjonarne
99%



hybrydowe
1%



Spotkania wg branży



handlowo-usługowa

52%



techniczna

11%



medyczna

11%



humanistyczna

9%



ekonomiczno-polityczna

9%



informatyczno-komunikacyjna

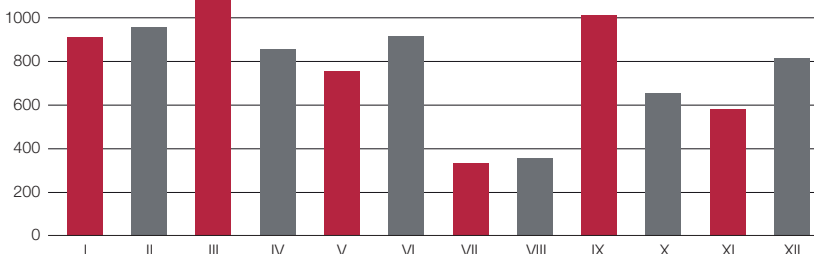
8%



Sezonowość

liczba wydarzeń

1200



Pochodzenie grupy

63% krajowe
5% zagraniczne
32% brak danych



przedsiębiorstwa

79%



stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT

9%



instytucje rządowe i organizacje publiczne

6%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 64%
2-3 dni 30%
4 i więcej dni 6%

1,7 dnia

średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów w których organizowano wydarzenia



hotele

72%



obiekty i sale na specjalne wydarzenia

15%



centra wystawiennicze i kongresowe

12%



szkoły wyższe

1%

KONFERENCJE I KONGRESY

8 784

46% zgłoszonych wydarzeń



konferencji i kongresów

2 424 020



uczestników

Forma spotkania

stacjonarne
98%



hybrydowe
2%



Spotkania wg branży



handlowo-usługowa

40%



humanistyczna

23%



ekonomiczno-polityczna

13%



medyczna

12%



techniczna

7%



informatyczno-komunikacyjna

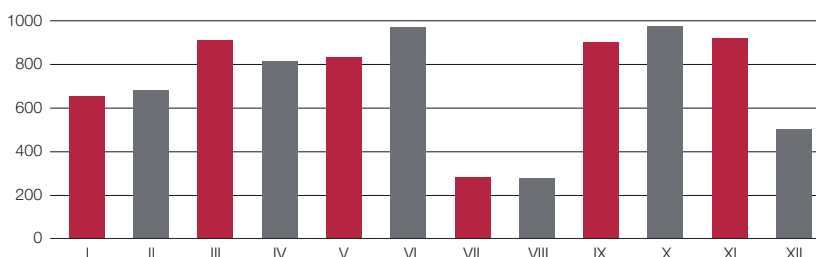
5%



Sezonowość

liczba wydarzeń

1200



Pochodzenie grupy

74% krajowe

12% zagraniczne

14% brak danych



przedsiębiorstwa

59%



instytucje rządowe i organizacje publiczne

22%



stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT

19%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 69%

2-3 dni 26%

4 i więcej dni 5%

1,6 dnia

średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów w których organizowano wydarzenia



hotele

60%



obiekty i sale na specjalne wydarzenia

18%



centra wystawiennicze i kongresowe

15%



szkoły wyższe

7%

TARGI I WYSTAWY

949

5%

zgłoszonych
wydarzeń



konferencji
i kongresów

4 598 517



uczestników

Forma spotkania

stacjonarne
99%



hybrydowe
1%



Spotkania wg branży



handlowo-
usługowa

61%



humanistyczna

19%



techniczna

11%



medyczna

5%



informatyczno-
komunikacyjna

2%



ekonomiczno-
polityczna

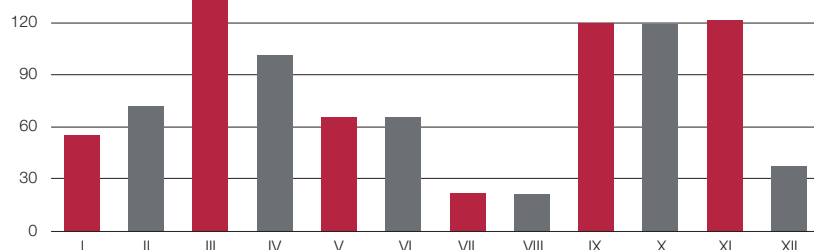
2%



Sezonowość

liczba wydarzeń

150



Pochodzenie grupy

80%

krajowe

7%

zagraniczne

13%

brak danych

Rodzaj grupy



przedsiębiorstwa

75%



instytucje rządowe
i organizacje publiczne

13%



stowarzyszenia
i organizacje NON PROFIT

12%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 42%

2-3 dni 46%

4 i więcej dni 12%

3,4 dnia

średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów w których organizowano wydarzenia



centra
wystawiennicze
i kongresowe

51%



obiekty i sale
na specjalne
wydarzenia

28%



hotele

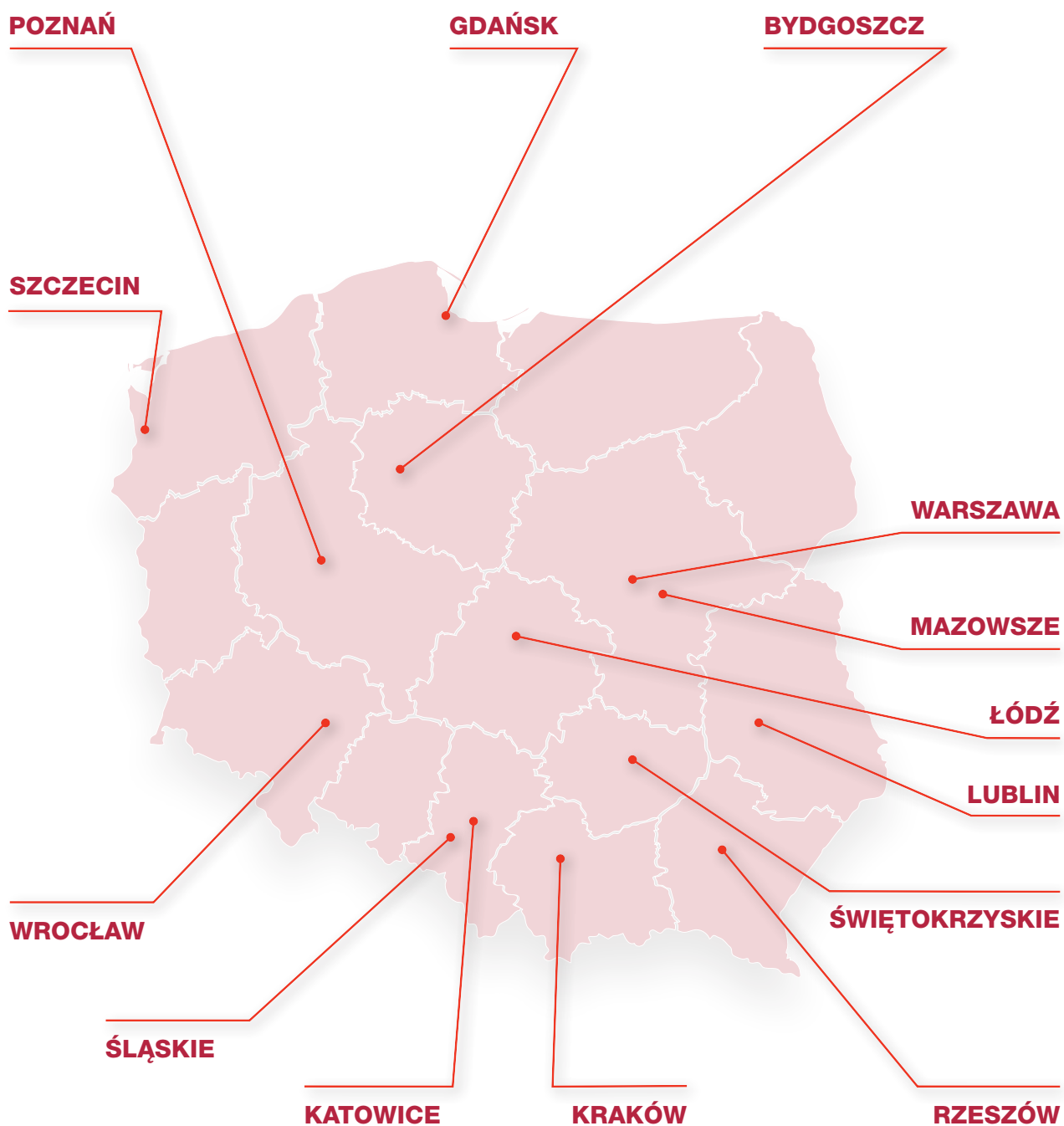
15%



szkoły wyższe

6%

ANALIZA WYDARZEŃ W MIASTACH



Bydgoszcz

wzrost
50%

551 wydarzeń zgłoszonych przez Bydgoszcz Convention Bureau dla grup liczących 50 i więcej osób

247 328 uczestników wszystkich wydarzeń

449 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzeń



konferencje
i kongresów
69%



wydarzenia korporacyjne
i motywacyjne
23%



targi
i wystawy
8%

Forma spotkania

stacjonarne
98,5%



hybrydowe
1,5%



Spotkania wg branży



handlowo-
usługowa
26%



humanistyczna
22%



ekonomiczno-
polityczna
19%



medyczna
13%



techniczna
12%



informatyczno-
komunikacyjna
8%



Sezonowość

liczba wydarzeń

100

80

60

40

20

0

I

II

III

IV

V

VI

VII

VIII

IX

X

XI

XII



Pochodzenie grupy

93% krajowe
7% zagraniczne



przedsiębiorstwa

52%



instytucje rządowe
i organizacje publiczne

31%



stowarzyszenia
i organizacje NON PROFIT

17%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 80%

2-3 dni 16%

4 i więcej dni 4%

1,7 dnia

Średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów w których organizowano wydarzenia



hotele

43%



obiekty i sale
na specjalne
wydarzenia

36%



centra
wystawiennicze
i kongresowe

14%



szkoły wyższe

7%

Gdańsk

wzrost
56%

1920 wydarzeń zgłoszonych przez Gdańsk Convention Bureau dla grup liczących 50 i więcej osób

796 121 uczestników wszystkich wydarzeń

415 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzenia



konferencje
i kongresy
58%



wydarzenia korporacyjne
i motywacyjne
36%



targi
i wystawy
6%

Forma spotkania

stacjonarne
99%



hybrydowe
1%



Spotkania wg branży



handlowo-
usługowa
42%



ekonomiczno-
polityczna
15%



humanistyczna
14%



medyczna
13%



techniczna
10%



informatyczno-
komunikacyjna
6%



Sezonowość

liczba wydarzeń
250



Pochodzenie grupy

91% krajowe
9% zagraniczne



przedsiębiorstwa
60%



instytucje rządowe
i organizacje publiczne
25%



stowarzyszenia
i organizacje NON PROFIT
15%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 69%
2-3 dni 26%
4 i więcej dni 5%

1,6 dnia

Średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów w których organizowano wydarzenia



hotele
41%



obiekty i sale
na specjalne
wydarzenia
38%



centra
wystawiennicze
i kongresowe
17%



szkoły wyższe
4%

Katowice

246 wydarzeń zgłoszonych przez Convention Bureau Katowice dla grup liczących 50 i więcej osób

510 571 uczestników wszystkich wydarzeń

2 075 średnia liczba uczestników wydarzenia

foto: Radosław Karmierczak



Rodzaj wydarzeń



konferencje
i kongresy
55%



targi
i wystawy
27%



wydarzenia korporacyjne
i motywacyjne
18%

Forma spotkania

stacjonarne
96%



hybrydowe
4%



Spotkania wg branży



humanistyczna
37%



handlowo-
usługowa
31%



ekonomiczno-
polityczna
13%



medyczna
8%



techniczna
6%

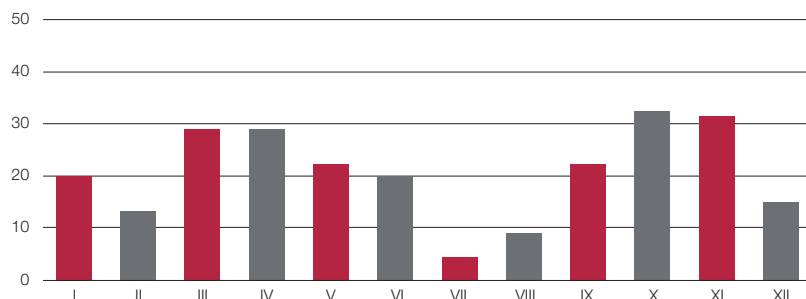


informatyczno-
komunikacyjna
5%



Sezonowość

liczba wydarzeń



Pochodzenie grupy

83% krajowe
17% zagraniczne



przedsiębiorstwa
45%



instytucje rządowe
i organizacje publiczne
34%



stowarzyszenia
i organizacje NON PROFIT
21%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 51%
2-3 dni 33%
4 i więcej dni 16%

3,8 dnia

Średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów w których organizowano wydarzenia



centra
wystawiennicze
i kongresowe
55%



obiekty i sale
na specjalne
wydarzenia
25%



szkoły wyższe
20%

Kraków

wzrost
6%

4 647 wydarzeń zgłoszonych przez Kraków Convention Bureau dla grup liczących 50 i więcej osób

1 239 134 uczestników wszystkich wydarzeń

267 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzenia



wydarzenia korporacyjne i motywacyjne

58%



konferencje i kongresy

40%



targi i wystawy

2%

Forma spotkania

stacjonarne
99%



hybrydowe
1%



Spotkania wg branży



handlowo-usługowa

49%



humanistyczna

19%



medyczna

9%



techniczna

9%



ekonomiczno-polityczna

7%



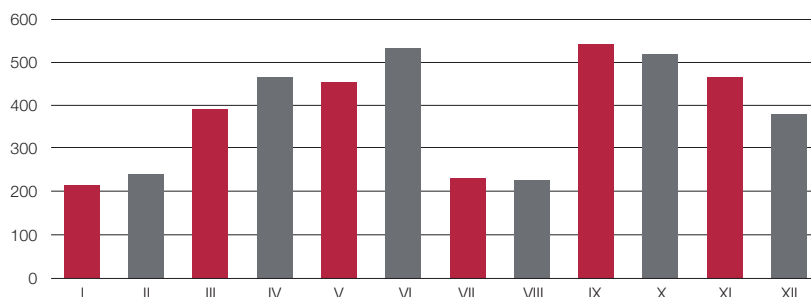
informatyczno-komunikacyjna

7%



Sezonowość

liczba wydarzeń



Pochodzenie grupy

80% krajowe
20% zagraniczne

Rodzaj grupy



przedsiębiorstwa

72%



stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT

16%



instytucje rządowe i organizacje publiczne

12%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 57%
2-3 dni 34%
4 i więcej dni 9%

1,9 dnia

Średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów w których organizowano wydarzenia



hotele

68%



centra wystawiennicze i kongresowe

14%



obiekty i sale na specjalne wydarzenia

10%



szkoły wyższe

8%

Lubelskie

wzrost
32%

847 wydarzeń zgłoszonych przez Lubelskie Convention Bureau dla grup liczących 50 i więcej osób

285 655 uczestników wszystkich wydarzeń

337 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzenia



konferencje
i kongresy
59%



wydarzenia korporacyjne
i motywacyjne
38%



targi
i wystawy
3%

Forma spotkania

stacjonarne
94%



hybrydowe
5%



wirtualne
1%



Spotkania wg branży



handlowo-
usługowa
51%



humanistyczna
13%



ekonomiczno-
polityczna
13%



medyczna
11%



techniczna
7%

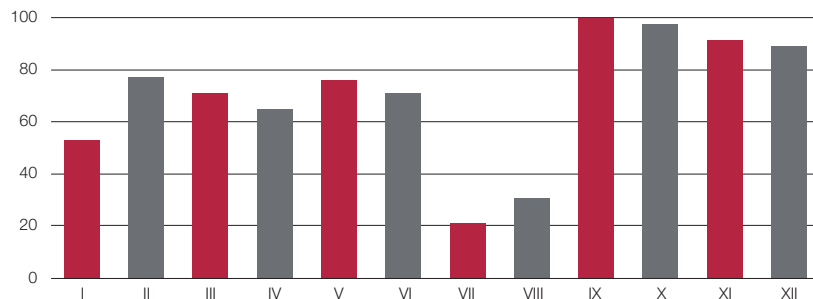


informatyczno-
komunikacyjna
5%



Sezonowość

liczba wydarzeń



Pochodzenie grupy

93% krajowe
7% zagraniczne

Rodzaj grupy



przedsiębiorstwa
72%



instytucje rządowe
i organizacje publiczne
17%



stowarzyszenia
i organizacje NON PROFIT
11%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 68%
2-3 dni 25%
4 i więcej dni 7%

1,8 dnia

Średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów w których organizowano wydarzenia



hotele

72%



centra
wystawiennicze
i kongresowe

28%

Łódź

wzrost
4%

785 wydarzeń zgłoszonych przez Łódź Convention Bureau dla grup liczących 50 i więcej osób

404 610 uczestników wszystkich wydarzeń

515 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzenia



konferencji i kongresów
47%



wydarzenia korporacyjne i motywacyjne
43%



targi i wystawy
10%

Forma spotkania

stacjonarne
99%



hybrydowe
1%



Spotkania wg branży



handlowo-usługowa
37%



medyczna
19%



humanistyczna
17%



ekonomiczno-polityczna
12%



techniczna
8%

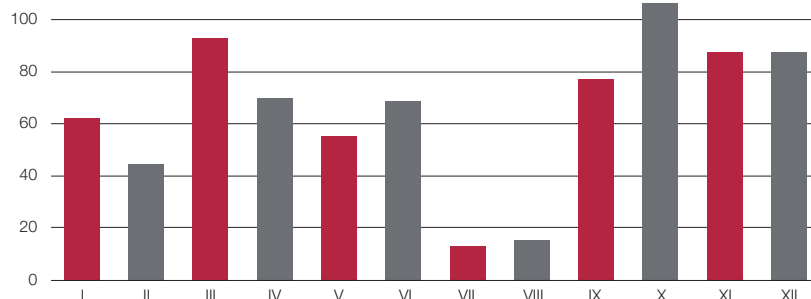


informatyczno-komunikacyjna
7%



Sezonowość

liczba wydarzeń



Pochodzenie grupy

95% krajowe
5% zagraniczne



przedsiębiorstwa
69%



instytucje rządowe i organizacje publiczne
16%



stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT
15%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 61%
2-3 dni 36%
4 i więcej dni 3%

1,6 dnia

Średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów w których organizowano wydarzenia



hotele
55%



centra wystawiennicze i kongresowe
23%



obiekty i sale na specjalne wydarzenia
15%



szkoły wyższe
7%

Mazowsze

wzrost
82%

647 wydarzeń zgłoszonych przez Mazovia Convention Bureau dla grup liczących 50 i więcej osób

101 452 uczestników wszystkich wydarzeń

157 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzenia



konferencje i kongresy
53%



wydarzenia korporacyjne i motywacyjne
44%



targi i wystawy
3%

Forma spotkania

stacjonarne
95%



hybrydowe
3%



wirtualne
2%



Spotkania wg branży



handlowo-usługowa
53%



techniczna
13%



humanistyczna
10%



informatyczno-komunikacyjna
10%



ekonomiczno-polityczna
8%

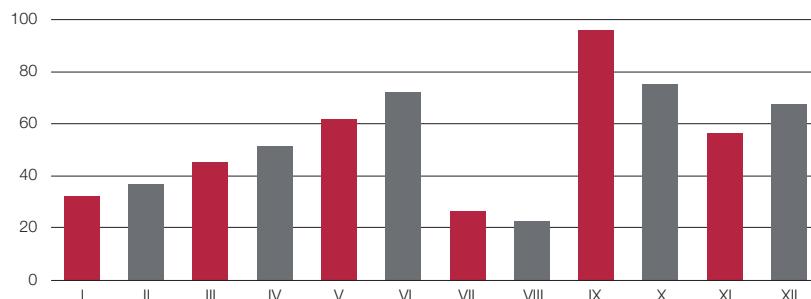


medyczna
6%



Sezonowość

liczba wydarzeń



Pochodzenie grupy

99% krajowe
1% zagraniczne



przedsiębiorstwa
90%



instytucje rządowe i organizacje publiczne
5%



stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT
5%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 79%
2-3 dni 17%
4 i więcej dni 4%

1,4 dnia

Średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów w których organizowano wydarzenia



obiekty i sale na specjalne wydarzenia
59%



hotele
40%



centra wystawiennicze i kongresowe
1%

Poznań

spadek
18%

1 707 wydarzeń zgłoszonych przez Poznań Convention Bureau dla grup liczących 50 i więcej osób

1 253 488 uczestników wszystkich wydarzeń

734 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzenia



konferencji
i kongresów
62%



wydarzenia korporacyjne
i motywacyjne
34%



targi
i wystawy
4%

Forma spotkania

stacjonarne
99%



hybrydowe
1%



Spotkania wg branży



handlowo-
usługowa
64%



humanistyczna
17%



medyczna
8%



ekonomiczno-
polityczna
6%



techniczna
3%

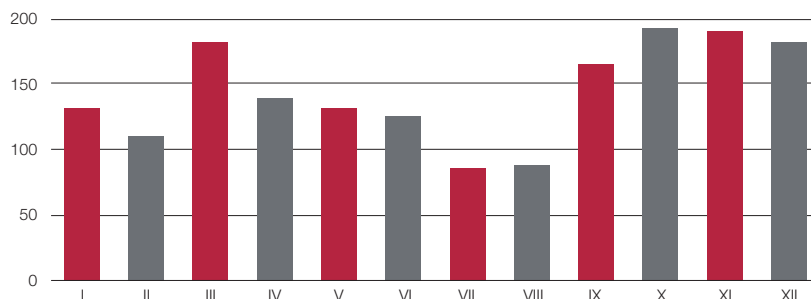


informatyczno-
komunikacyjna
2%



Sezonowość

liczba wydarzeń



Pochodzenie grupy

98% krajowe
2% zagraniczne

Rodzaj grupy



przedsiębiorstwa
82%



stowarzyszenia
i organizacje NON PROFIT
13%



instytucje rządowe
i organizacje publiczne
5%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 87%
2-3 dni 11%
4 i więcej dni 2%

1,2 dnia

Średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów w których organizowano wydarzenia



hotele
50%



obiekty i sale
na specjalne
wydarzenia
24%



centra
wystawiennicze
i kongresowe
22%



szkoły wyższe
4%

Rzeszów

spadek
55%

53

wydarzenia zgłoszone przez ZEN.COM Expo – Centrum Wystawienniczo-Kongresowe Województwa Podkarpackiego dla grup liczących 50 i więcej osób

42 943

uczestników wszystkich wydarzeń

810

średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzeń



konferencje
i kongresy
64%



targi
i wystawy
21%



wydarzenia korporacyjne
i motywacyjne
15%

Forma spotkania

stacjonarne
100%



Spotkania wg branży



handlowo-
usługowa
28%



techniczna
25%



ekonomiczno-
polityczna
17%



informatyczno-
komunikacyjna
11%



humanistyczna
10%

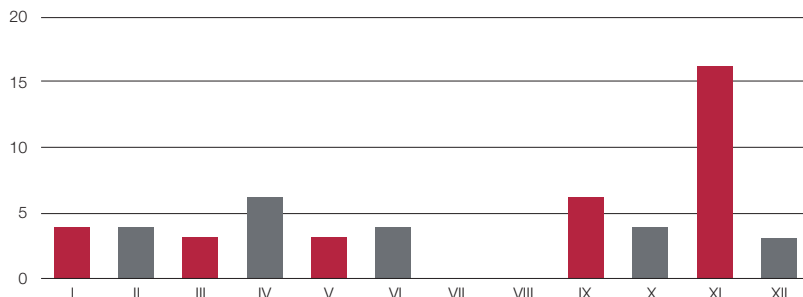


medyczna
9%



Sezonowość

liczba wydarzeń



Pochodzenie grupy

81% krajowe
19% zagraniczne



przedsiębiorstwa
40%



instytucje rządowe
i organizacje publiczne
38%



stowarzyszenia
i organizacje NON PROFIT
22%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 64%
2-3 dni 36%
4 i więcej dni 0%

1,4 dnia

Średni czas trwania wydarzenia



centra
wystawiennicze
i kongresowe
83%



hotele
7%



obiekty i sale
na specjalne
wydarzenia
6%



szkoły wyższe
4%

Rodzaje obiektów w których organizowano wydarzenia

Szczecin

wzrost
38%

614 wydarzeń zgłoszonych przez Szczecin Convention Bureau dla grup liczących 50 i więcej osób

157 110 uczestników wszystkich wydarzeń

256 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzeń



konferencji i kongresów
59%



wydarzenia korporacyjne i motywacyjne
30%



targi i wystawy
11%

Forma spotkania

stacjonarne
98%



hybrydowe
2%



Spotkania wg branży



handlowo-usługowa
31%



humanistyczna
24%



medyczna
15%



ekonomiczno-polityczna
13%



techniczna
11%

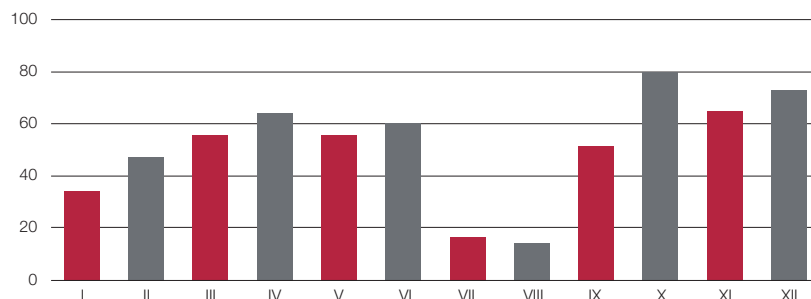


informatyczno-komunikacyjna
6%



Sezonowość

liczba wydarzeń



Pochodzenie grupy

87% krajowe
13% zagraniczne



przedsiębiorstwa
46%



instytucje rządowe i organizacje publiczne
32%



stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT
22%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 86%
2-3 dni 12%
4 i więcej dni 2%

1,2 dnia

Średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów w których organizowano wydarzenia



obiekty i sale na specjalne wydarzenia
36%



hotele
34%



centra wystawiennicze i kongresowe
21%



szkoły wyższe
9%

Śląskie

wzrost
33%

648 wydarzeń zgłoszonych przez Silesia Convention Bureau dla grup liczących 50 i więcej osób

531 901 uczestników wszystkich wydarzeń

827 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzeń



konferencji i kongresów
56%



wydarzenia korporacyjne i motywacyjne
35%



targi i wystawy
8%

Forma spotkania

stacjonarne
98%



hybrydowe
2%



Spotkania wg branży



handlowo-usługowa
43%



humanistyczna
14%



medyczna
14%



ekonomiczno-polityczna
12%



techniczna
11%

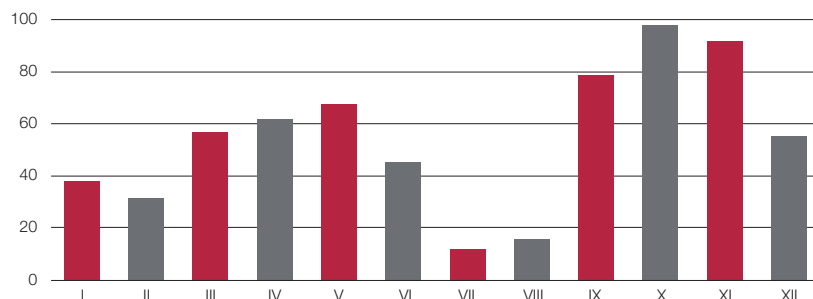


informatyczno-komunikacyjna
6%



Sezonowość

liczba wydarzeń



Pochodzenie grupy

94% krajowe
6% zagraniczne



przedsiębiorstwa
68%



stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT
20%



instytucje rządowe i organizacje publiczne
12%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 59%
2-3 dni 36%
4 i więcej dni 5%

1,8 dnia

Średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów w których organizowano wydarzenia



hotele
55%



centra wystawiennicze i kongresowe
20%



obiekty i sale na specjalne wydarzenia
17%



szkoły wyższe
8%

Świętokrzyskie

spadek
2%

323 wydarzeń zgłoszonych przez Świętokrzyskie Convention Bureau dla grup liczących 50 i więcej osób

104 633 uczestników wszystkich wydarzeń

324 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzenia



konferencji
i kongresów
45%



wydarzenia korporacyjne
i motywacyjne
33%



targi
i wystawy
22%

Forma spotkania

stacjonarne
99%



hybrydowe
1%



Spotkania wg branży



handlowo-
usługowa
48%



techniczna
23%



ekonomiczno-
polityczna
9%



medyczna
8%



humanistyczna
8%

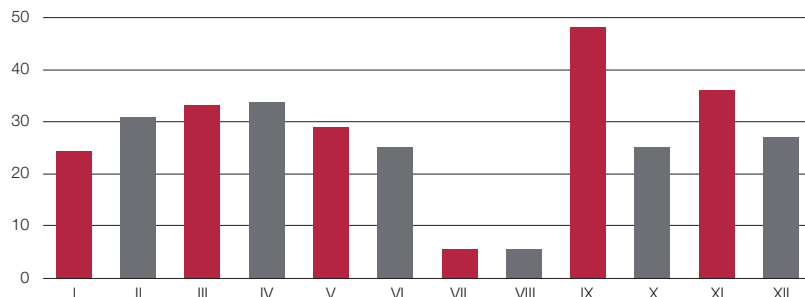


informatyczno-
komunikacyjna
4%



Sezonowość

liczba wydarzeń



Pochodzenie grupy

95% krajowe
5% zagraniczne



przedsiębiorstwa
68%



instytucje rządowe
i organizacje publiczne
20%



stowarzyszenia
i organizacje NON PROFIT
12%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 77%
2-3 dni 19%
4 i więcej dni 4%

1,4 dnia

Średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów w których organizowano wydarzenia



hotele

63%



centra
wystawiennicze
i kongresowe

36%



obiekty i sale
na specjalne
wydarzenia

1%

Warszawa

spadek
32%

4 273 wydarzeń zgłoszonych przez Warsaw Convention Bureau dla grup liczących 50 i więcej osób

2 469 449 uczestników wszystkich wydarzeń

578 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzenia



wydarzenia korporacyjne
i motywacyjne
68%



konferencji
i kongresów
29%



targi
i wystawy
3%

Forma spotkania

stacjonarne
100%



Spotkania wg branży



handlowo-
usługowa
48%



medyczna
13%



techniczna
12%



ekonomiczno-
polityczna
11%



humanistyczna
10%

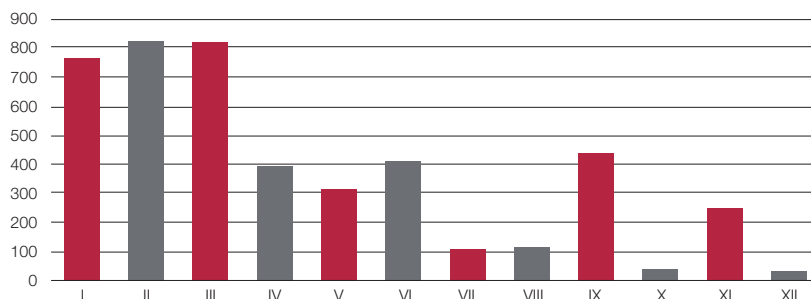


informatyczno-
komunikacyjna
6%



Sezonowość

liczba wydarzeń



Pochodzenie grupy

Brak danych

Rodzaj grupy



przedsiębiorstwa
81%



stowarzyszenia
i organizacje NON PROFIT
11%



instytucje rządowe
i organizacje publiczne
8%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 52%

2-3 dni 40%

4 i więcej dni 8%

1,9 dnia

Średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów w których organizowano wydarzenia



hotele

93%



centra
wystawiennicze
i kongresowe

4%



obiekty i sale
na specjalne
wydarzenia

3%

Wrocław

wzrost
10%

1 673 wydarzeń zgłoszonych przez Convention Bureau – Wrocław dla grup liczących 50 i więcej osób

975 161 uczestników wszystkich wydarzeń

583 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzenia



konferencje
i kongresy
55%



wydarzenia korporacyjne
i motywacyjne
40%



targi
i wystawy
5%

Forma spotkania

stacjonarne
99%



hybrydowe
1%



Spotkania wg branży



handlowo-
usługowa
44%



humanistyczna
22%



ekonomiczno-
polityczna
10%



medyczna
9%



informatyczno-
komunikacyjna
8%

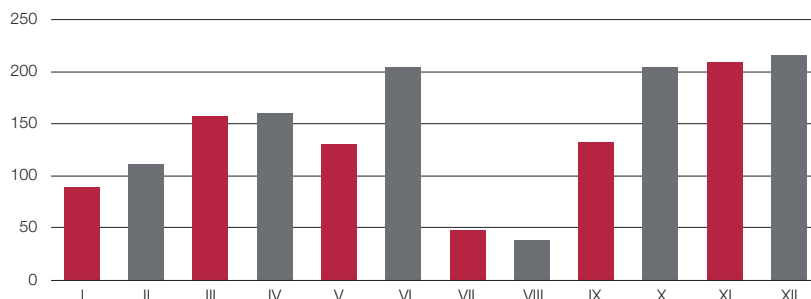


techniczna
7%



Sezonowość

liczba wydarzeń



Pochodzenie grupy

93% krajowe
7% zagraniczne

Rodzaj grupy



przedsiębiorstwa
75%



instytucje rządowe
i organizacje publiczne
13%



stowarzyszenia
i organizacje NON PROFIT
12%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 82%
2-3 dni 16%
4 i więcej dni 2%

1,3 dnia

Średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów w których organizowano wydarzenia



hotele

56%



obiekty i sale
na specjalne
wydarzenia

24%



centra
wystawiennicze
i kongresowe

16%



szkoły wyższe

4%

4

Wydarzenia zorganizowane przez rekomendowanych organizatorów kongresów PCO i podróży motywacyjnych ITC

873 wydarzenia zgłoszone przez PCO i ITC dla grup liczących 50 i więcej osób

wzrost
14%

1 534 330

uczestników obsługiwanych przez PCO i ITC

Rodzaj wydarzenia



wydarzenia korporacyjne i motywacyjne
64%



konferencje i kongresy
25%



targi i wystawy
11%

Forma spotkania

stacjonarne
98%



hybrydowe
2%



Spotkania wg branży



handlowo-usługowa
31%



humanistyczna
22%



techniczna
19%



informatyczno-komunikacyjna
11%



ekonomiczno-polityczna
9%

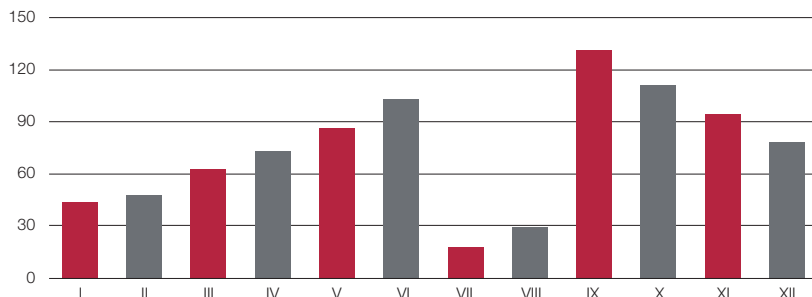


medyczna
8%



Sezonowość

liczba wydarzeń



Pochodzenie grupy

73% krajowe
27% zagraniczne

Rodzaj grupy



przedsiębiorstwa
83%



stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT
9%



instytucje rządowe i organizacje publiczne
8%

Miasta, w których zorganizowano wydarzenia



Rodzaje obiektów w których organizowano wydarzenia



hotele
40%



centra wystawiennicze i kongresowe
37%



obiekty i sale na specjalne wydarzenia
21%



szkoły wyższe
2%

5

GDS Index Polska: mapa zrównoważonych miast



Aneta Książek
Kierowniczka
Biura Spotkań i Wydarzeń
– Poland Convention Bureau
POT

W Polsce, podobnie jak na świecie, coraz więcej miast podejmuje działania, które mają na celu dostosowanie się do nowych oczekiwań podróżnych, organizatorów wydarzeń oraz społeczności. Zrównoważony rozwój staje się fundamentem konkurencyjności destynacji.

Organizatorzy konferencji i wydarzeń coraz częściej oczekują zielonych certyfikacji, lokalnych produktów, cyfrowych materiałów zamiast papierowych i energooszczędnych rozwiązań w infrastrukturze. Na tę transformację odpowiadają polskie miasta, które coraz chętniej włączają się w działania proekologiczne i społecznie odpowiedzialne. Modernizują swoje strategie turystyczne, wprowadzają systemy certyfikacji, inwestują w zrównoważony transport i edukują lokalne społeczności.

Rozwój w sposób zrównoważony to niewątpliwy kierunek działań na najbliższe lata dla miejsc docelowych na świecie, nie tylko w odniesieniu do turystyki biznesowej. Potwierdza to m.in. badanie zrealizowane przez ICCA w ramach **Global Association Meetings Protocol**, wskazując Rozwój zrównoważony, Równość i Legacy jako pierwszy z czterech głównych kierunków strategicznych działań biur spotkań według klientów stowarzyszeniowych.

Miasta w Polsce zmieniają się razem

Obecnie obok Poland Convention Bureau, które zostało powołane w 2002 roku, działa 14 biur w różnych częściach Polski, z czego 4 ośrodki – Kraków, Gdańsk, Wrocław i Szczecin postawiły na konkretne i mierzalne rozwiązania dołączając w latach 2022-2025 do prestiżowej międzynarodowej inicjatywy **Global Destination Sustainability Index (GDS-Index)**.

GDS-Index został założony w 2016 roku przez **International Congress and Convention Association (ICCA)**, **City Destinations Alliance (CityDNA)**, Grupę IMEX oraz MCI w celu oceny zrównoważenia destynacji turystycznych na podstawie 76 kryteriów środowiskowych, społecznych, gospodarczych i zarządczych.

Przystępując do GDS-Index, miasta podkreślają swoje zaangażowanie w zrównoważony rozwój, wpływając jednocześnie na świadomość całej branży turystycznej. GDS-Index otwiera drzwi do międzynarodowej współpracy, wymiany doświadczeń i wdrażania najlepszych praktyk, które pomagają uczynić turystykę i organizację wydarzeń bardziej odpowiedzialnymi i przyjaznymi dla środowiska.

Kraków dołączył do **GDS-Index** w 2022 roku, rok później na indeksie pojawił się **Gdańsk**, a w 2025 roku do inicjatywy przystępują kolejne miasta: **Wrocław** i **Szczecin**. To znak, że polska turystyka zaczyna wpisywać się w globalny nurt odpowiedzialnego podróżowania i organizowania wydarzeń.

Wspomniane miasta nie tylko mierzą swoje działania na tle najlepszych ośrodków na świecie, takich jak Kopenhaga, Helsinki czy Glasgow, ale również korzystają z dobrych praktyk i wskazówek opracowanych przez **Global Destination Sustainability Movement (GDSM)** – organizację zrzeszającą liderów zielonej transformacji w turystyce i przemyśle spotkań i wydarzeń.

Niezmiernie cieszy fakt dojrzałej współpracy między tzw. green championami w Polsce. W marcu br. spotkaliśmy się wraz z przedstawicielami miast, instytucji miejskich oraz branży w Gdańsku na warsztacie pt.: „Regenerating Polish Destinations: Sustainable Tourism in Action”, podczas którego wspólnie opracowaliśmy plan współpracy na 2025 – 2026, wzmacniający wysiłki na rzecz zrównoważonego rozwoju polskich destynacji. Warsztat poprowadzili przedstawiciele Global Destination Sustainability Movement (GDS Movement).

Z kolei pod koniec kwietnia br. odbyła się druga edycja **Responsible Incentive Travel Day 2025**, organizowana w Warszawie przez Stowarzyszenie Site Poland. W sesji moderowanej przez Poland Convention Bureau POT pt.: „Polska – zrównoważona oferta polskich destynacji” wystąpili przedstawiciele miejskich i regionalnych convention bureaux z Gdańska, Krakowa, Łodzi, Poznania, Szczecina i Warszawy, prezentując swoje inicjatywy w zakresie wdrażania standardów zrównoważonego rozwoju.

Dodatkowo zaprezentowane zostały wyniki audytu targowego przeprowadzonego w 2025 roku przez POT, które ukazują rosnące znaczenie zrównoważonego rozwoju w kontekście międzynarodowych wydarzeń targowych. Analizie poddano dane z ostatnich trzech lat, koncentrując się na udziale polskich wystawców podczas targów IMEX i IBTM (Frankfurt, Las Vegas, Barcelona). Z badania wynika, że już 47 proc. respondentów (hosted buyers), którzy rozmawiali z polskimi wystawcami, aktywnie interesuje się ofertą zrównoważoną w polskich destynacjach. Dodatkowo 27 proc. zmienia swoją postawę po zapoznaniu się z konkretnymi propozycjami. Wyniki te podkreślają, jak ważne jest prezentowanie oferty biznesowej w kontekście miejsc łatwo dostępnych, autentycznych, otwartych na potrzeby organizatorów spotkań i wydarzeń, a jednocześnie umożliwiających realizację spotkań i wydarzeń bez uszczerbku dla lokalnej społeczności i środowiska.

Program merytoryczny 4. edycji butikowej konferencji **Spotlight on Poland**, (10-14 września 2025, Gdańsk i Sopot), organizowanej we współpracy ze Stowarzyszeniem Konferencje i Kongresy w Polsce, koncentruje się na budowaniu bardziej odpornego i inkluzywnego sektora turystycznego. Tegoroczna odsłona wydarzenia stawia na różnorodność, równość, zrównoważony rozwój oraz autentyczne więzi międzyludzkie jako fundamenty przyszłości branży.

Hasło przewodnie „Ludzie, Miejsce, Cel” tworzy przestrzeń do transformacyjnych rozmów oraz praktycznych rozwiązań, które mają realny wpływ na rozwój turystyki. W pierwszej części wydarzenia, zatytułowanej

„Przyszłość inkluzywna”, sesje prowadzone przez ekspertów skupiają się na tym, jak kwestie dostępności, równości szans oraz zrównoważonego rozwoju mogą stać się motorami wzrostu branży. Omawiane jest, jak poprzez inkluzję i odpowiedzialne podejście można nie tylko zwalczać niedobory kadrowe, ale też tworzyć miejsca podróży przyjazne dla każdego, bez względu na wiek, sprawność czy pochodzenie. Przekazywanie dostępności to nie tylko wymóg, lecz także realna przewaga biznesowa. Warto obserwować dobre praktyki, które pozwalają kształtować przyszłe pokolenia w duchu odpowiedzialnej turystyki.

W ten sposób *Spotlight on Poland* nie tylko promuje wyjątkowe miejsca, ale przede wszystkim stawia na ludzi – ich potrzeby, dobrostan oraz możliwość rozwoju w harmonii z otaczającym światem. Promocja ekologicznych rozwiązań, edukacja, wspieranie inicjatyw lokalnych oraz integracja certyfikacji środowiskowych są kluczowymi elementami przyciągania odpowiedzialnych organizatorów wydarzeń. Jako branża mamy ogromną odpowiedzialność w kreowaniu tej zmiany, wytyczając ścieżki zrównoważonego rozwoju i promując najlepsze praktyki na całym świecie.

Destination Poland Green Academy 2025 – 2026

Z roku na rok coraz więcej polskich miast podejmuje konkretne działania na rzecz zrównoważonego rozwoju. Wprowadzane są strategie niskoemisyjnego transportu, rozwijana infrastruktura rowerowa i piesza, a organizacja wydarzeń coraz częściej opiera się na zasadach less waste. Rośnie również świadomość lokalnych społeczności oraz przedstawicieli branży turystycznej, co pozytywnie wpływa na jakość i wiarygodność podejmowanych inicjatyw.

Z nadzieją patrzymy w przyszłość, licząc, że kolejne miasta i regiony, reprezentowane przez lokalne Convention Bureaux, staną się siłą napędową odpowiedzialnych zmian. Właśnie z myślą o tzw. miastach drugiego i trzeciego wyboru, Poland Convention Bureau POT we współpracy z ekspertami z Site Poland przygotowało program edukacyjny *Destination Poland Green Academy*. Celem inicjatywy jest promowanie zrównoważonych praktyk w organizacji wydarzeń incentive oraz wspieranie bardziej odpowiedzialnej promocji oferty miast i regionów. Warsztaty w ramach programu odbędą się pod koniec 2025 roku oraz w pierwszej połowie 2026 roku w Bydgoszczy, Kielcach, Łodzi, Katowicach, Lublinie i Poznaniu.

Zmiana podejścia do zarządzania turystyką oraz przemysłem spotkań i wydarzeń nie jest już wyborem – to konieczność, wynikająca zarówno ze zmian klimatycznych, jak i rosnących oczekiwań odwiedzających. Polskie miasta, takie jak Kraków, Gdańsk, Wrocław czy Szczecin, udowadniają, że możliwa jest droga ku nowoczesnej, odpowiedzialnej turystyce, opartej na poszanowaniu środowiska, ludzi oraz lokalnych wartości.

Co mierzy GDS-Index?

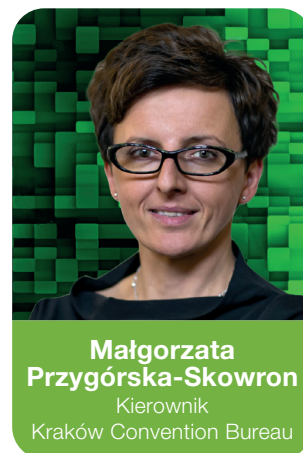
GDS-Index pozwala na pogłębioną analizę stanu zrównoważenia miasta w czterech głównych obszarach:

- **Ochrona środowiska** – jakość powietrza, transport niskoemisyjny, zieleń miejska, zarządzanie energią.
- **Zaangażowanie społeczne** – jakość życia mieszkańców, inkluzyjność, zdrowie publiczne, bezpieczeństwo, równość płci i dostęp do edukacji.
- **Działania dostawców** – jak hotele, restauracje, lotniska i obiekty konferencyjne wprowadzają praktyki proekologiczne.
- **Zarządzanie destynacją** – obecność strategii zrównoważonego rozwoju, współpraca z interesariuszami, sposób wdrażania polityki zrównoważonego rozwoju przez convention bureau i inne instytucje, certyfikaty i regularne raportowanie postępów.

Co miasta zyskują, dołączając i raportując do GDS-Index?

” Jak podsumowano w tegorocznym raporcie ICCA, w którym Miasto zajęło 42. miejsce na świecie i 26. w Europie organizując 49 międzynarodowych spotkań stowarzyszeń, sukces w branży spotkań to już nie tylko kwestia ilości, ale przede wszystkim jakości - czyli tworzenia wartości, dziedzictwa i długoterminowego wpływu strategicznego. Kraków jak najbardziej wpisuje się w ten trend dzięki „Polityce Zrównoważonej Turystyki Krakowa na lata 2021-2028”, która definiuje turystykę biznesową jako jeden ze strategicznych kluczowych obszarów. Wraz z globalnym trendem w kierunku bardziej świadomych i celowych wydarzeń, praca nad projektami dziedzictwa w branży spotkań, są dla nas nowymi priorytetami.

Wyzwaniem są oczywiście wszelkie działania zmierzające do ograniczenia emisji CO₂, redukcji ilości odpadów oraz uzyskania niezależnych certyfikacji. Turystyka MICE odgrywa szczególną rolę w kontekście zrównoważonego rozwoju. Wydarzenia biznesowe, konferencje i targi często charakteryzują się wyższymi wydatkami uczestników i możliwością generowania długoterminowych relacji biznesowych i akademickich. Uczestnicy wydarzeń MICE są zwykle mniej wrażliwi na sezonowość, co pomaga równomiernie rozłożyć turystykę na cały rok i zmniejsza presję w szczytowych okresach. Kluczem jest przyciągnięcie tego typu wydarzeń w sposób, który zminimalizuje ich negatywny wpływ i zmaksymalizuje korzyści dla lokalnej gospodarki i społeczności.



” W obszarze zrównoważonego rozwoju turystyki w Gdańsku dostrzegamy dziś trzy kluczowe wyzwania.

Pierwszym z nich jest zmiana podejścia w naszym zespole – zależy nam na tym, aby na stałe zakorzenił w codziennej pracy nawyk poszukiwania bardziej zrównoważonych działań i rozwiązań, niezależnie od skali realizowanego projektu.

Drugim wyzwaniem pozostaje budowanie długofalowych partnerstw z branżą, opartych na wspólnej odpowiedzialności za kierunek, w jakim rozwija się turystyka. Widzimy ogromną wartość w kreowaniu, wdrażaniu i promowaniu rozwiązań, które realnie wspierają zrównoważony rozwój.

Trzecim, nie mniej istotnym wyzwaniem, jest dostęp do danych i ich właściwa analiza. Tylko dzięki rzetelnym informacjom jesteśmy w stanie trafnie diagnozować potrzeby, oceniać efekty naszych działań i podejmować decyzje, które przynoszą długoterminowe korzyści dla miasta i jego mieszkańców.

”



Anna Rojek
Project manager,
Szczecin Convention Bureau

”

Dzięki dołączeniu do GDS Index zrozumieliśmy, że zrównoważony rozwój destynacji to znacznie więcej niż tylko działania miasta w zakresie ochrony środowiska. Zrównoważony rozwój to również (a może przede wszystkim) szeroka działalność społeczna oraz zaangażowanie dostawców usług. Nie wystarczy jedynie wizja władz miejskich i ich inicjatywy, takie jak inwestycje w odnawialne źródła energii. Kluczowe jest, aby mieszkańcy, organizacje pozarządowe oraz wszyscy dostawcy usług – od hotelarzy i restauratorów po agencje eventowe i gestorów atrakcji turystycznych – w pełni rozumieli ideę zrównoważonego rozwoju i byli przekonani do aktywnego działania w tym duchu.

Brak szerokiego zaangażowania tych grup stanowi jedno z głównych wyzwań Szczecina w audycie GDS-Index. Wyniki audytu zostaną opublikowane dopiero we wrześniu, ale już dziś wiemy, że aby poprawić swoją pozycję, Szczecin musi skupić się na edukacji i aktywizacji wszystkich interesariuszy, promując współpracę na rzecz wspólnych celów zrównoważonego rozwoju. Ważnym elementem oceny w audycie GDS-Index są również kompleksowe działania na rzecz dostępności i równości, które wykraczają poza pojedyncze, godne naśladowania inicjatywy, opierając się na aktach prawnych, systematycznym monitorowaniu efektów i ciągłym doskonaleniu. Na tym polu również w Szczecinie pozostaje wiele do zrobienia.

”

”

Droga do miana zrównoważonej destynacji jest kręta i długa, ale dzięki wsparciu i doświadczeniu Changemakerów z GDS Movement staje się łatwiejsza. Największym wyzwaniem było zgromadzenie informacji z tak wielu źródeł oraz uświadomienie interesariuszom wagi tych danych w kontekście inicjatywy GDS Index. Kompleksowość audytu pozwoliła na zidentyfikowanie słabszych obszarów, w jakich jako Convention Bureau - Wrocław musimy zintensyfikować działania – w naszym przypadku są to głównie działania dostawców i zarządzanie destynacją.

”



Anna Kowalska
Specjalistka ds.
organizacji wydarzeń,
Convention Bureau - Wrocław

6

Słownik pojęć i skrótów

Niniejszy słownik stanowi starannie opracowany zbiór terminów i definicji związanych z przemysłem spotkań i wydarzeń. Został przygotowany przez Poland Convention Bureau – Biuro Spotkań i Wydarzeń Polskiej Organizacji Turystycznej z myślą o ułatwieniu komunikacji w środowisku, wspieraniu profesjonalizacji sektora oraz promowaniu uznanych standardów i dobrych praktyk. Publikacja ta ma również na celu podkreślenie znaczenia branży spotkań jako istotnego elementu rozwoju gospodarczego, społecznego i wizerunkowego Polski.

Ambasador Kongresu – przedstawiciel świata nauki, kultury, sportu, biznesu i innych środowisk zawodowych, a w szczególności osoba pełniąca różne funkcje we władzach stowarzyszeń i organizacji międzynarodowych, stały uczestnik międzynarodowej wymiany naukowej, kulturalnej i gospodarczej, ekspert w swojej dziedzinie.

Bid Book – profesjonalny dokument aplikacyjny opracowywany przez convention bureau lub obiekt w odpowiedzi na zapytanie ofertowe dotyczące organizacji kongresu, konferencji lub innego wydarzenia biznesowego. Zawiera szczegółowe informacje o mieście, infrastrukturze konferencyjnej, hotelowej, komunikacyjnej, a także wsparciu instytucjonalnym, programie towarzyszącym oraz argumentach przemawiających za wyborem danej lokalizacji. Stanowi jeden z kluczowych elementów procesu aplikacyjnego.

Bidding – proces aplikacyjny, w ramach którego miasta, regiony lub organizacje zgłaszają swoje kandydatury do organizacji wydarzenia (np. kongresu, konferencji, spotkania stowarzyszeniowego). Bidding może być prowadzony przez convention bureaux, uczelnie, stowarzyszenia lub partnerstwa publiczno-prywatne. Jego elementami są między innymi: przygotowanie bid booka, prezentacja oferty, site inspection oraz wsparcie lokalnych interesariuszy.

Biuro Marketingu Destynacji (Destination Marketing Organization DMO) – organizacje odgrywające kluczową rolę w przyciąganiu spotkań i wydarzeń do krajów, miast i regionów, które reprezentują. Marketing destynacji zorientowany na przyciąganie spotkań i wydarzeń może być prowadzony na różnych szczeblach, a instytucje które zazwyczaj się nim zajmują określa się jako Convention Bureau (Convention and Visitor Bureau CVB) lub jako inne organizacje (np. biura lub departamenty turystyki w urzędach miejskich lub marszałkowskich, lokalne organizacje turystyczne tzw. LOTy lub regionalne organizacje turystyczne czyli ROTy). Mogą być finansowane ze środków publicznych lub prywatnych, a także mieć mieszaną strukturę finansowania.

Biuro Convention (Convention Bureau; Convention and Visitor Bureau) – organizacja non-profit reprezentująca destynację (państwo, region, miasto), zapewniająca profesjonalne wsparcie organizatorom spotkań i wydarzeń biznesowych w tym kongresów, konferencji, podróży motywacyjnych oraz imprez korporacyjnych. CB funkcjonują na świecie w większości w trzech formach: jednostki publiczne, publiczno-prywatne lub prywatne. Zazwyczaj finansowane ze składek członkowskich, podatków oraz dotacji samorządowych. Członkami CB mogą być podmioty gospodarcze, które dostarczają produkty i usługi dla przemysłu spotkań.

Bleisure – połączenie słów business i leisure, określające trend łączenia podróży służbowych z wypoczynkiem. Uczestnik wydarzenia biznesowego (np. konferencji, kongresu, targów) przedłuża pobyt o czas wolny przeznaczony na rekreację, zwiedzanie lub odpoczynek. Zjawisko leisure wpływa na wydłużenie średniego czasu pobytu i zwiększenie wydatków w destynacji. Jest coraz częściej uwzględniane w strategiach promocji miast i regionów jako element podnoszący atrakcyjność.

Break-out Room – mniejsza sala spotkań, zlokalizowana zazwyczaj w pobliżu głównej sali konferencyjnej, przeznaczona do prac warsztatowych, sesji tematycznych lub spotkań w podgrupach tzw. Break-out Session. Stanowi istotny element programu wielu konferencji i kongresów. Przy dużych wydarzeniach może zaistnieć potrzeba kilkunastu lub więcej sal.

Biuro Zarządzania Destynacją (Destination Management Company – DMC) – lokalny dostawca usług dla spotkań i wydarzeń biznesowych odpowiedzialny m.in. za planowanie, przeprowadzenie oraz rozliczenie spotkania lub wydarzenia. Często odpowiedzialny również za promocję destynacji oraz organizację imprez towarzyszących, oprawy technicznej, aktywności rekreacyjnych czy rejestrację oraz rozrywkę.

Certyfikaty rekomendacji POT dla Biur Convention, PCO, ITC – system rekomendacyjny Polskiej Organizacji Turystycznej prowadzony przez Poland Convention Bureau, potwierdzający jakość usług i profesjonalizm biur convention (Convention Bureau), profesjonalnych organizatorów kongresów (PCO) oraz organizatorów podróży motywacyjnych (ITC). Celem certyfikacji jest promocja sprawdzonych partnerów w kraju i za granicą. Certyfikaty przyznawane są na okres dwóch lat podczas wydarzenia organizowanego przez Poland Convention Bureau POT.

City DNA (dw. European Cities Marketing) – organizacja z siedzibą w Dijon zrzeszająca 120 miast Europy. Misją jest wspieranie turystyki miejskiej i przemysłu spotkań poprzez wymianę wiedzy, benchmarking, projekty innowacyjne i edukacyjne jak np. CityDNA Summer School. Członkami są głównie DMO. <https://citydestinationsalliance.eu>

Conventa – międzynarodowe targi branży spotkań i wydarzeń organizowane w Lublanie (Słowenia). Uznawane za jedno z najważniejszych wydarzeń B2B w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, skierowane do profesjonalistów z obszaru tzw. Nowej Europy. Wydarzeniu towarzyszy między innymi ceremonia wręczenia nagród Meetings Star Awards. <https://conventa.si>

DES (Digital Event Strategist) – międzynarodowy certyfikat branżowy, potwierdzający kwalifikacje w zakresie projektowania, planowania i realizacji wydarzeń cyfrowych i hybrydowych. Program DES koncentruje się na strategii, zaangażowaniu uczestników online, doborze technologii, analizie danych oraz monetyzacji wydarzeń.

Eventprofs – międzynarodowe, skrótowe określenie odnoszące się do profesjonalistów z branży spotkań i wydarzeń (ang. event professionals), powszechnie stosowane w komunikacji, mediach społecznościowych oraz w środowisku branżowym. Termin obejmuje szeroką grupę zawodową: organizatorów kongresów i konferencji (PCO), planistów wydarzeń korporacyjnych, specjalistów ds. marketingu destynacji, przedstawicieli obiektów konferencyjnych, agencji eventowych, DMC, a także edukatorów i doradców branżowych. Powszechnie używany jest hashtag #eventprofs, natomiast dla profesjonalistów działających w Polsce – #eventprofsPL.

Events Industry Council (EIC) – organizacja zrzeszająca ponad 30 stowarzyszeń związanych z przemysłem spotkań i wydarzeń, reprezentujących łącznie ponad 100 000 profesjonalistów z całego świata. Powstała w 1949 roku, z siedzibą w Waszyngtonie (USA). EIC działa na rzecz profesjonalizacji branży poprzez ustanawianie międzynarodowych standardów, promowanie etyki, wspieranie zrównoważonego rozwoju oraz rozwój edukacji i certyfikacji. <https://eventscouncil.org>

Fam Trip (Familiarization Trip) – podróż zapoznawcza organizowana dla przedstawicieli branży (np. działów zakupów korporacji, agencji eventowych, PCO) mająca na celu prezentację walorów destynacji, obiektów, infrastruktury oraz możliwości organizacyjnych. Ważnym elementem wydarzenia jest networking między nowymi potencjalnymi partnerami biznesowymi. Fam tripy są często organizowane przez convention bureaux lub DMC we współpracy z lokalnymi partnerami.

Global Association of the Exhibition Industry (UFI) – międzynarodowe stowarzyszenie branży targowej, założone w 1925 roku, z siedzibą w Paryżu. Zrzesza ponad 900 członków ze ponad 90 krajów: organizatorów targów, operatorów obiektów wystawienniczych oraz dostawców usług dla przemysłu targowego. UFI promuje wysokie standardy jakości (UFI Approved Event), profesjonalizację branży oraz prowadzi działalność badawczo-analityczną, edukacyjną na rzecz rozwoju rynku targowego na świecie. UFI organizuje także coroczne kongresy oraz fora regionalne. <https://www.ufi.org>

Global Destination Sustainability Movement (GDS Movement) – międzynarodowa inicjatywa powstała w 2016 roku, wspierająca zrównoważony rozwój destynacji poprzez benchmarking, doradztwo strategiczne oraz tworzenie globalnej społeczności liderów zmian w turystyce i branży MICE. Kluczowym narzędziem ruchu jest GDS-Index. W ramach GDS Movement realizowane są także projekty GDS-Forum, GDS Academy oraz GDS-Awards. <https://www.gds.earth>

GDS-Index (Global Destination Sustainability Index) – zrównoważony rozwój ośrodków turystycznych i biznesowych w czterech różnych kategoriach przy użyciu 76 wskaźników. Proces dołączenia do indeksu jest wymagający i obejmuje kompleksową ocenę działań miasta w zakresie ochrony środowiska, polityki społecznej oraz zaangażowania lokalnych podmiotów, takich jak hotele, obiekty konferencyjne, czy DMO. GDS-Index analizuje także strategie zarządzania destynacją, uwzględniając wdrażanie innowacyjnych rozwiązań i raportowanie postępów. O miejsce w tym rankingu ubiegają się miasta z całego świata. Liderami w rankingu są miasta z krajów skandynawskich. <https://www.gds.earth/index>

Global Meetings Industry Day (GMID) – coroczne międzynarodowe święto branży spotkań i wydarzeń biznesowych, obchodzone na całym świecie w pierwszy czwartek kwietnia. GMID ma na celu podkreślenie znaczenia ekonomicznego, społecznego i kulturowego spotkań, kongresów, konferencji, targów, wydarzeń korporacyjnych oraz podróży motywacyjnych. W ramach GMID organizowane są wydarzenia edukacyjne, debaty, kampanie. Dzień ten stanowi okazję do wspólnej promocji oraz integracji środowiska profesjonalistów pod hasłem: „Meetings Matter”.

Global Sustainable Tourism Council (GSTC) – organizacja non-profit powstała z inicjatywy m.in. UNEP i UNWTO, z siedzibą w Waszyngtonie, USA. Zrzesza ekspertów, instytucje i organizacje z całego świata, działające na rzecz wdrażania odpowiedzialnych praktyk w turystyce i przemyśle spotkań. GSTC opracowuje i promuje GSTC Criteria – zestaw globalnych standardów zrównoważonej turystyki dla destynacji, obiektów noclegowych i touroperatorów. <https://www.gstc.org>

GSTC Sustainable Tourism Course – oficjalne szkolenie certyfikujące GSTC, skierowane do profesjonalistów z branży turystycznej, w tym przedstawicieli destynacji, obiektów, touroperatorów i administracji. Po ukończeniu kursu i zdaniu egzaminu uczestnicy uzyskują certyfikat GSTC Sustainable Tourism, potwierdzający znajomość zasad zrównoważonego rozwoju w turystyce.

Hosted Buyer – zaproszony uczestnik targów lub spotkania branżowego, osoba decyzyjna reprezentująca korporację, agencję eventową, ITC lub stowarzyszenie organizujące wydarzenia. Udział hosted buyera jest wspierany finansowo przez organizatora w zamian za udział w umawianych wcześniej spotkaniach B2B z wystawcami lub innymi uczestnikami wydarzenia. Program hosted buyers stosowany jest m.in. podczas targów IMEX, IBTM World lub Spotlight on Poland.

IBTM World – międzynarodowe targi branży spotkań i wydarzeń odbywające się corocznie w listopadzie w Fira Barcelona Gran Via w Hiszpanii. Udział Polski koordynuje Poland Convention Bureau POT, organizując Polskie Stoisko Narodowe. <https://www.ibtmworld.com>

IMEX America – targi branży spotkań i wydarzeń w Ameryce Północnej, odbywające się corocznie w październiku w Mandalay Bay Convention Center w Las Vegas. Poland Convention Bureau POT koordynuje udział Polski, organizując Polskie Stoisko Narodowe. <https://imexamerica.com>

IMEX Frankfurt – międzynarodowe targi odbywające się corocznie w maju w centrum wystawienniczym Messe Frankfurt w Niemczech. Poland Convention Bureau POT koordynuje udział Polski, organizując Polskie Stoisko Narodowe. <https://imex-frankfurt.com>

International Congress and Convention Association (ICCA) – organizacja z siedzibą w Amsterdamie powołana w 1963 roku. Jeden z pierwszych celów: sformułowanie praktycznych rad, jak funkcjonować na międzynarodowym rynku spotkań. To jedna z ważniejszych organizacji związanych z przemysłem spotkań; w blisko 100 krajach zrzesza 1000 członków z różnych dziedzin: convention bureaux, transport, zakwaterowanie, wyżywienie, usługi. Cyklicznie wydaje ICCA Globe Watch Business Analytics – Country and City Rankings. Najważniejszym wydarzeniem organizowanym przez stowarzyszenie jest ICCA Congress. <https://www.iccaworld.org>

Izba Gospodarcza Hotelarstwa Polskiego (IGHP) – ogólnokrajowa organizacja gospodarcza działająca od 2003 roku, będąca przedstawicielem branży hotelarskiej i gastronomicznej w Polsce. Ponad 525 członków oraz ponad 630 hoteli i obiektów hotelarskich. Siedziba IGHP znajduje się w Warszawie, a organizacja działa poprzez 14 regionów, łącząc hotelarzy w celach integracji i wymiany doświadczeń. <https://www.ighp.pl>

Key Opinion Leader (KOL) – lider opinii, ekspert w określonej dziedzinie cieszący się autorytetem w środowisku naukowym, branżowym lub w innych. Jego rekomendacje i aktywność zawodowa mają wpływ na decyzje innych osób, w tym na wybór destynacji lub miejsca organizacji wydarzeń. W kontekście przemysłu spotkań KOL może wspierać proces biddingu, przyczyniać się do pozyskania wydarzenia oraz pełnić rolę promotora kraju lub miasta na arenie międzynarodowej. Liderem opinii może być Ambasador Kongresu, przedstawiciel mediów, B2B influencer bądź twórca treści w internecie.

Kongres (congress) – spotkanie przedstawicieli danego stowarzyszenia lub organizacji, na które przybywa duża liczba gości indywidualnych, aby omawiać określoną problematykę. Kongres zazwyczaj trwa kilka dni, w trakcie którym odbywają się liczne sesje edukacyjne.

Konferencja (conference) – 1. Spotkanie zaprojektowane z myślą o rozwiązywaniu problemów, dyskusji, konsultacji czy edukacji. 2. Spotkanie powiązane z edukacją, wymianą opinii oraz kreacją nowych pomysłów grupy osób powiązanych tematycznie. Zazwyczaj krótkie i organizowane bez ściśle określonych uwarunkowań czasowych połączone z osiągnięciem wyznaczonego celu. Są mniejsze i krótsze od kongresów.

Laboratorium Twórców (#EventprofsLAB) – edukacyjno-promocyjny projekt Polskiej Organizacji Turystycznej skierowany do przedstawicieli polskiego przemysłu spotkań. Celem jest rozwijanie kompetencji, innowacji i współpracy poprzez szkolenia, warsztaty i tworzenie atrakcyjnych treści w internecie promujących Polskę.

Legacy spotkania/wydarzenia – wydarzenie, którego wpływ wykracza poza jego bezpośredni czas i miejsce, pozostawiając długoterminowe korzyści lub trwałe zmiany dla uczestników, organizatorów, społeczności lokalnej, branży lub środowiska. Dziedzictwo to może mieć charakter społeczny, gospodarczy, edukacyjny, kulturowy lub środowiskowy i jest często planowane strategicznie już na etapie przygotowań.

Lokalne Kluby AKP – realizują założenia Programu Ambasadorów Kongresów Polskich na poziomie lokalnym, funkcjonują w ramach działań prowadzonych przez convention bureaux, które wspierają lokalny świat nauki i stowarzyszenia branżowe w pozyskiwaniu ważnych, międzynarodowych wydarzeń do miast i regionów. Członkami klubu są Ambasadorowie nominowani w programie narodowym oraz działający lokalnie bez nominacji (tzw. potencjalni AKP).

Meeting Professionals International (MPI) – jedno z największych stowarzyszeń profesjonalistów branży spotkań i wydarzeń powstałe w 1972 roku z siedzibą w Dallas, zrzeszające: całą społeczność liczącą około 60 000 osób, w tym około 15 000 aktywnych członków. Globalna społeczność działająca na rzecz rozwoju przemysłu dotyczącego spotkań i wydarzeń biznesowych: kongresów, konferencji i podróży motywacyjnych. W Polsce funkcjonuje krajowy oddział – MPI Poland Chapter. <https://www.mpi.org>

Narodowy Program Wsparcia dla Przemysłu Spotkań – projekt realizowany przez Polską Organizację Turystyczną we współpracy z narodowym przewoźnikiem PLL LOT, którego celem jest wzmocnienie konkurencyjności Polski jako destynacji dla międzynarodowych spotkań i wydarzeń biznesowych. W ramach programu oferowane jest wsparcie między innymi w postaci bezpłatnych lub preferencyjnych biletów lotniczych PLL LOT dla kluczowych decydentów, przedstawicieli stowarzyszeń międzynarodowych oraz partnerów zagranicznych, którzy przyczynią się do pozyskania wydarzenia dla Polski.

Obiekty kongresowe – obiekty niezależne, centra konferencyjne, unique venues (teatry, filharmonie, miejsca nietypowe), obiekty hotelowe z dużym zapleczem konferencyjnym, do których organizator zwrócił się bezpośrednio celem organizacji wydarzenia.

PCB POT – Poland Convention Bureau POT – Biuro Spotkań i Wydarzeń działające w strukturach Polskiej Organizacji Turystycznej, odpowiedzialne za promocję Polski jako atrakcyjnej destynacji dla organizacji spotkań i wydarzeń biznesowych. Organizator Programu AKP, wspiera sektor poprzez dwa programy: Narodowy Program Wsparcia dla Przemysłu Spotkań oraz Promocyjny Program Wsparcia dla Spotkań i Wydarzeń, realizuje edukacyjny projekt Laboratorium Twórców oraz programy rekomendacji dla Convention Bureaux, Profesjonalnych Organizatorów Kongresów i Podróży Motywacyjnych, publikuje cykliczny Raport Przemysłu Spotkań i Wydarzeń w Polsce. Oficjalny hashtag biura to #PolandCVB. <https://www.pot.gov.pl/pl/pcb/news> oraz <https://meetings.poland.travel>

Professional Convention Management Association (PCMA) – międzynarodowe stowarzyszenie założone w 1956 roku, z siedzibą w Chicago i europejskim oddziałem w Londynie, oraz platforma dla branży wydarzeń biznesowych. Jest największą społecznością na świecie dla strategów wydarzeń biznesowych, oferując edukację na poziomie zarządzającym, networking oraz informacje rynkowe dla globalnej branży wydarzeń biznesowych. PCMA zrzesza ponad 8 000 członków oraz globalną publiczność liczącą ponad 100 000 interesariuszy z branży wydarzeń i spotkań w Ameryce Północnej, APAC, EMEA i LATAM, z członkami w 59 krajach. <https://www.pcma.org>

PLL LOT – Polskie Linie Lotnicze „LOT” – narodowy przewoźnik Polski, działający nieprzerwanie od 1 stycznia 1929 roku, oferując podróżnym z całego świata wyjątkowy komfort i bezpieczeństwo na pokładach jednej z najnowocześniejszych flot na świecie. Jako członek prestiżowego sojuszu Star Alliance, PLL LOT umożliwia szybkie i wygodne połączenia z najdalszych zakątków globu, z Warszawą oraz innymi polskimi portami regionalnymi. Dzięki doskonale zaprojektowanej siatce połączeń, LOT staje się pierwszym wyborem dla pasażerów przybywających do Polski – zarówno w celach turystycznych, jak i biznesowych. Szybkie i efektywne transfery, dogodnie zaplanowane godziny lotów, a także zaangażowanie w zrównoważony rozwój środowiska sprawiają, że LOT nieustannie umacnia swoją pozycję lidera w Europie Środkowo-Wschodniej. <https://www.lot.com>

Podróż motywacyjna (incentive travel/tourism) – forma niefinansowego wynagrodzenia i narzędzia motywacyjnego, polegająca na organizacji wyjazdu sfinansowanego przez pracodawcę lub firmę zlecającą, dla pracowników, partnerów handlowych, dystrybutorów lub kluczowych klientów. Celem podróży motywacyjnej jest nagrodzenie za osiągnięcie określonych celów, zwiększenie lojalności, budowanie relacji oraz zwiększenie zaangażowania uczestników. Często charakteryzująca się wyjątkowym i innowacyjnym programem.

Polska Izba Przemysłu Targowego (PIPT) – ogólnopolska izba gospodarcza działająca od 2006 roku (kontynuacja działalności Polskiej Korporacji Targowej założonej w 1993 r.), reprezentująca interesy branży targowej w Polsce. Zrzesza najważniejszych organizatorów targów, operatorów obiektów wystawienniczych, projektantów i budowniczych stoisk, dostawców usług technicznych, logistycznych, informatycznych oraz firm wspierających marketingowo i medialnie wydarzenia targowe. <https://polfair.pl>

POT – Polska Organizacja Turystyczna – organizacja rządowa utworzona na mocy ustawy z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej. POT rozpoczęła działalność 1 stycznia 2000 r. Podlega ministrowi właściwemu do spraw turystyki – obecnie Ministrowi Sportu i Turystyki. Polska Organizacja Turystyczna jest jedyną tej rangi organizacją turystyczną w Polsce o charakterze ogólnokrajowym, która tworzy warunki współpracy organów administracji rządowej, samorządu terytorialnego i organizacji zrzeszających przedsiębiorców z dziedziny turystyki oraz stowarzyszeń działających w tej dziedzinie. Celem jej działalności jest wypromowanie Polski jako kraju atrakcyjnego dla turystów, nowoczesnego, z wysokimi standardami usług. Swoje działania na rzecz promocji i rozwoju turystyki polskiej prowadzi zarówno w kraju, jak i zagranicą. <https://www.pot.gov.pl>

Press Trip – podróż studyjna dedykowana dziennikarzom i przedstawicielom mediów tradycyjnych i internetowych, organizowana w celu promocji destynacji, wydarzenia lub obiektu konferencyjnego. Uczestnicy tworzą relacje, artykuły, wideo lub inne formaty promocyjne wspierające rozpoznawalność miejsca.

Program AKP – Program Ambasadorów Kongresów Polskich funkcjonuje od 1998 i obecnie zrzesza grono ponad 350 Ambasadorów, tj. osób, które przyczyniły się do pozyskania wydarzeń biznesowych do Polski, poprzez aktywną promocję kraju i działalność w międzynarodowych stowarzyszeniach. Organizatorami Programu są: Polska Organizacja Turystyczna (Poland Convention Bureau) oraz organizacja pozarządowa – Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce. W ramach programu działa Kapituła Programu AKP, wybierana co 3 lata, która co roku wyłania grono dwudziestu nowych Ambasadorów Kongresów Polskich oraz trzech Mecenasów Kongresów Polskich (sponsor wydarzenia). Statuetki wręczane są podczas uroczystej Gali Ambasadorów Kongresów Polskich – wydarzenia, które odbywa się rotacyjnie w różnych miastach Polski. <https://ambasadorkongresow.pl>

Profesjonalny Organizator Kongresów (Professional Congress Organiser PCO) – dostawca usług, który może zaplanować, przygotować oraz przeprowadzić spotkanie biznesowe w tym m.in.: kongres czy konferencję.

Promocyjny Program Wsparcia dla Spotkań i Wydarzeń – projekt realizowany przez Polską Organizację Turystyczną, którego celem jest pozyskanie i promocja wydarzeń odbywających się w Polsce poprzez wsparcie marketingowe, eksperckie i medialne. Program kierowany jest do organizatorów konferencji, kongresów oraz innych wydarzeń odbywających się na terenie Polski.

Przemysł spotkań (meetings industry) – sektor (fragment) gospodarki związany z organizacją, promocją oraz zarządzaniem spotkaniami i wydarzeniami, w tym: kongresami, konferencjami, targami, wydarzeniami firmowymi oraz podróżami motywacyjnymi.

Sesja posterowa (plakatowa) – forma prezentacji naukowej lub branżowej polegająca na przedstawieniu wyników badań lub koncepcji na planszach/plakatach. Uczestnicy kongresu lub konferencji mają możliwość indywidualnego zapoznania się z treściami oraz rozmowy z ich autorami.

Site Inspection – wizytacja destynacji, obiektów konferencyjnych, hoteli oraz innych miejsc przez organizatora wydarzenia (np. PCO, stowarzyszenie, korporację). Jej celem jest ocena oferty i warunków przed podjęciem decyzji o lokalizacji wydarzenia.

SMERF (Social, Military, Educational, Religious, Fraternal) – akronim określający spotkania i wydarzenia o charakterze społecznym, wojskowym, edukacyjnym, religijnym oraz braterskim/stowarzyszeniowym.

Society of Incentive and Travel Executives (SITE) – założona w 1973 roku organizacja nonprofit z siedzibą w Chicago. Główny cel to wzmacnianie pozycji turystyki motywacyjnej na świecie. Ponad 3100 członków w 90 krajach jest zrzeszonych w 29 oddziałach. Członkowie to m.in. profesjonalni organizatorzy kongresów, firmy zajmujące się obsługą wydarzeń biznesowych, gestorzy bazy hotelowej, wydawnictwa branżowe, linie lotnicze, organizacje promujące destynacje. W Polsce funkcjonuje oddział stowarzyszenia – SITE Poland. <https://siteglobal.com>

Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce (SKKP) – jeden z organizatorów Programu AKP. Stowarzyszenie jest ogólnopolską platformą współpracy profesjonalistów związanych z przemysłem spotkań i organizatorem wielu inicjatyw i wydarzeń. Powstało w roku 1998 roku, jako pomysł na utrwalenie współdziałania środowisk zainteresowanych rozwojem turystyki biznesowej w Polsce. <https://www.skkp.org.pl>

Spotkanie (association meeting) – konwencja, kongres, konferencja lub zjazd podczas którego spotykają się członkowie danego stowarzyszenia. Istnieje również możliwość uczestnictwa osób towarzyszących, a okres planowania spotkania jest długi i wpływ na wybór miejsca ma wiele czynników. Uczestnicy zazwyczaj obradują kilka dni i omawiają określoną problematykę oraz biorą udział w licznych sesjach edukacyjnych.

Spotlight on Poland – cykliczny projekt realizowany przez Poland Convention Bureau POT z SKKP, składający się z konferencji oraz fam tripu dla zagranicznych hosted buyersów. Celem jest promocja Polski jako konkurencyjnej i profesjonalnej destynacji MICE poprzez wspólną ekspozycję polskich partnerów, działania medialne i networking. Wydarzenie odbywa się rotacyjnie w różnych miastach Polski. <https://spotlightonpoland.pl>

Stowarzyszenie Branży Eventowej (SBE) – ogólnopolskie stowarzyszenie zrzeszające organizatorów, agencje eventowe, przedstawicieli miejsc eventowych, organizacje oraz podwykonawców usług eventowych. Działa na rzecz profesjonalizacji, popularyzacji branży i wypracowywania wspólnych standardów działania. Organizator konferencji Event Biznes Nowe Horyzonty. <https://sbe.org.pl>

Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel (SOIT) – zrzesza profesjonalne agencje incentive travel. Działa od 2009 roku na rzecz podnoszenia standardów jakości, bezpieczeństwa i etyki w organizacji podróży motywacyjnych. Od 2014 roku SOIT prowadzi badanie rynku – Barometr SOIT. <https://soit.net.pl>

Rada Przemysłu Spotkań i Wydarzeń „TUgether” – Powstała w lipcu 2020 jako inicjatywa liderów branży, zrzeszająca stowarzyszenia i organizacje. Działa jako gremialna reprezentacja branży względem administracji państwowej, prowadząc działania strategiczne, edukacyjne i dialog instytucjonalny. <https://rpsiw.pl>

Strategic Alliance of the National Convention Bureaux of Europe (SANCBE) – Strategiczny Sojusz Narodowych Europejskich Convention Bureaux to sieć 29 narodowych convention bureaux promujących destynacje z krajów Europy. Celem sojuszu jest wzmacnianie pozycji Europy jako wiodącej destynacji dla wydarzeń biznesowych, wspieranie wymiany doświadczeń, dzielenia się wiedzą i realizacji wspólnych projektów badawczych oraz standaryzacja i promowanie najlepszych praktyk w zakresie strategii, innowacji i zrównoważonego rozwoju w przemyśle spotkań. <https://convention-europe.com>

Union of International Associations (UIA) – instytut badawczy oraz centrum dokumentacyjne, mieszczące się w Brukseli, założone w 1907 roku przez prekursorów nauki o informacji. Poza działalnością badawczą UIA zajmuje się także wydawaniem publikacji, a wśród nich międzynarodowy kalendarz kongresów, spis międzynarodowych organizacji oraz cykliczny International Meetings Statistics Report. Polska Organizacja Turystyczna jest jedynym polskim członkiem UIA. <https://uia.org>

Wydarzenie (event) – wydarzenie firmowe dot. pracowników danej firmy mające charakter integracyjny, szkoleniowy, motywacyjny lub poznawczy; zrzeszające pracowników i/lub dystrybutorów, a często także zaproszonych gości; często połączone z atrakcyjnym programem turystyczno-rekreacyjnym, gdzie koszty podróży, zakwaterowania, posiłków są pokrywane przez pracodawcę.

Światowa Organizacja Turystyki (World Tourism Organization UNWTO) – organizacja międzynarodowa, założona w 1975 r., od 2003 r. organizacja wyspecjalizowana ONZ; jej celem jest popieranie rozwoju turystyki jako ważnego czynnika rozwoju społ.-gosp. i współpracy międzynarodowej; członkami jest (2006) 130 państw, w tym Polska (od 1976); siedziba w Madrycie. <https://www.unwto.org>

Zero waste event – wydarzenie planowane i realizowane zgodnie z zasadami minimalizacji odpadów i maksymalnego wykorzystania zasobów w obiegu zamkniętym. Celem jest ograniczenie negatywnego wpływu na środowisko poprzez m.in.: eliminację plastiku jednorazowego użytku, stosowanie materiałów wielokrotnego użytku i kompostowalnych, optymalizację zużycia energii, redukcję drukowanych materiałów, promowanie transportu niskoemisyjnego oraz odpowiedzialne zarządzanie cateringiem (lokalne i sezonowe produkty, ograniczanie marnowania żywności). Organizacja wydarzeń zero waste wpisuje się w globalne standardy zrównoważonego rozwoju i wspiera realizację strategii ESG w branży spotkań i wydarzeń.

Źródła:

- *Leksykon podróży, turystyki, hotelarstwa*; S. Medlik przekład Ewa Dziedzic, redakcja naukowa Anna Konieczna-Domańska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995
- *Leksykon przemysłu spotkań*, Celuch K., Biblioteka Meeting Plannera, Warszawa 2015
- *Opracowanie własne PCB POT*



Convention Bureaux w Polsce



SZCZECIN CONVENTION BUREAU PROJECT
www.conventionszczecin.eu



POZNAŃ CONVENTION BUREAU
www.visitpoznan.pl/pcb



GDAŃSK CONVENTION BUREAU
www.gcb.visitgdansk.com



BYDGOSZCZ CONVENTION BUREAU
www.visitbydgoszcz.pl/convention-bureau-bydgoszcz



TORUŃ CONVENTION BUREAU
www.lottorun.pl



WARSAW CONVENTION BUREAU
www.warsawconvention.pl



MAZOVIA CONVENTION BUREAU
www.mazoviaconvention.pl



LUBELSKIE CONVENTION BUREAU
www.lublinconvention.eu



ŁÓDŹ CONVENTION BUREAU
www.lodz.travel/convention



ŚWIĘTOKRZYSKIE CONVENTION BUREAU
www.swietokrzyskieconvention.pl



CONVENTION BUREAU - WROCŁAW
www.convention.wroclaw.pl



KATOWICE CONVENTION BUREAU
www.katowice.eu/biznes/convention-bureau



SILESIA CONVENTION BUREAU
www.silesiaconvention.pl



KRAKÓW CONVENTION BUREAU
www.convention.krakow.pl



Rekomendowane CONVENTION BUREAU: Bydgoszcz, Gdańsk, Kraków, Łódź, Mazovia, Poznań, Śląsk, Warszawa, Wrocław



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA



POLAND
CONVENTION
BUREAU

POLSKA.

Więcej niż myślisz

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

ul. Młynarska 42, VI piętro | 01-171 Warszawa