



POLAND
CONVENTION
BUREAU



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA



foto: Szymon Witkowski

Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce

raport 2021

■ www.pot.gov.pl

Szanowni Państwo,

Przygotowaliśmy dla Państwa dwunastą edycję raportu „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce”. Znajdziecie w nim podsumowanie osiągnięć branży spotkań z ubiegłego roku, który przekształcił obraz turystyki biznesowej na całym świecie. COVID-19 przyspieszył bowiem to, o czym mówiło się od dawna – konieczność przenikania się świata online i offline. Świadoma tych trendów i potrzeb polska branża przemysłu spotkań, błyskawicznie dostosowała się do nowych realiów, wprowadzając rozwiązania pozwalające na przygotowanie nie tylko bezpiecznych, ale też zaawansowanych technicznie imprez na najwyższym poziomie.

Przedstawiciele polskiej branży długie miesiące lockdownu poświęcili na opracowanie standardów i procedur dla wydarzeń organizowanych w nowych warunkach sanitarnych. Największe centra konferencyjno-kongresowe wdrożyły odpowiednie rozwiązania w tym zakresie, ich śladem poszła większość hoteli oraz firmy DMC i PCO. W celu odbudowy lokalnego rynku spotkań członkowie biznesowej inicjatywy Kraków Network opracowali w 2021 roku Protokół Kraków Network, któremu poświęcamy miejsce w niniejszym raporcie z nadzieją, iż dokument wzorowany na opublikowanym przez ICCA w listopadzie 2020 roku Protokole z Kaohsiung, zainspiruje branżę spotkań w Polsce.

Istotną rolę w odbudowie polskiej turystyki odgrywa Polska Organizacja Turystyczna, która prowadziła w 2020 roku kampanię [„Odpoczywaj w Polsce bezpiecznie”](#). Jej częścią są nadal kontynuowane dwa programy autocertyfikacji: [„Obiekt bezpieczny higienicznie”](#), skierowany do hoteli oraz [„Bezpieczny Obiekt MICE”](#) przeznaczony dla podmiotów, w których organizowane są eventy, targi, wystawy i kongresy.

Jednym z kluczowych założeń Polskiej Organizacji Turystycznej jest również odbudowa popytu na wyjazdy biznesowe i programy incentive w Polsce. Współpraca ze stowarzyszeniem SITE Poland oraz miejskimi i regionalnymi convention bureaux realizowana przez Poland Convention Bureau zaowocowała cyklem podróży studyjnych dla organizatorów wyjazdów motywacyjnych w ramach projektu [Destination Poland](#). W rok od premiery katalogu [Poland Online Site Inspection](#) wdrożono dwie nowe kategorie – [Incentive & Inspiration](#) i [Hybrid Meetings & Virtual Events](#). Pierwsza służy rekomendowanym organizatorom podróży motywacyjnych i convention bureaux do prezentacji swoich ofert incentive (w katalogu znalazło się 28 autorskich programów *incentive* w Polsce), druga – potwierdza błyskawiczne dostosowanie się do nowych realiów prezentując powstałe platformy do spotkań online oraz sale studyjne umożliwiające organizację eventów hybrydowych w Polsce (w katalogu znalazło się blisko 40 takich miejsc).

Prezentując kolejną edycję raportu, dziękujemy dziewięciu miejskim i regionalnym convention bureaux oraz Międzynarodowemu Centrum Kongresowemu w Katowicach, które włączyły się w zbieranie danych na ich obszarach. Dziękujemy rekomendowanym organizatorom kongresów i podróży motywacyjnych, którzy przekazali dane opracowane w rozdziale dotyczącym analizy spotkań i wydarzeń zorganizowanych przez nie w 2020 roku.

Przemysł spotkań znów zaczyna działać nie tylko w świecie wirtualnym. Pamiętając o bezpieczeństwie uczestników wyjazdów integracyjnych czy konferencji wracamy do spotkań na żywo. Po miesiącach izolacji życzę Państwu szybkiego odbudowania relacji i wielu możliwości nawiązania nowych kontaktów biznesowych, które bez wątpienia przełożą się na pozyskanie oraz organizację spotkań i wydarzeń w Polsce.

Miłej lektury!



Rafał Szlachta

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 2020 roku | 9 |
| Wydarzenia korporacyjne i motywacyjne | 9 |
| Konferencje i kongresy | 10 |
| Targi i wystawy | 11 |
| Analiza wydarzeń w miastach | 12 |
| 4 Wydarzenia zorganizowane przez rekomendowanych organizatorów kongresów PCO i podróży motywacyjnych ITC | 23 |
| 5 Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej | 24 |
| 6 Mechanizmy przeciwdziałania skutkom pandemii | 26 |
| Protokół Kraków Network | 26 |
| Destination Poland | 28 |

Wstęp

Głównym celem raportu „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings & Events Industry Report 2021” jest możliwie najszerszy opis aktualnej na 2020 rok sytuacji w branży przemysłu spotkań i wydarzeń w Polsce.

Stan przemysłu spotkań i wydarzeń w Polsce w 2020 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 (PCO) i podróży motywacyjnych (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. Ponadto, w rezultacie wprowadzonych w 2020 roku obostrzeń w organizacji spotkań i wydarzeń, stowarzyszenie ICCA zmieniło sposób oceny i prezentacji swojego raportu statystycznego odchodząc od formy rankingu na rzecz analizy wpływu pandemii COVID-19 na spotkania stowarzyszeń na świecie.

Uzupełnieniem podstawowych treści tegorocznego raportu jest rozdział 5 prezentujący najważniejsze konkluzje z Protokołu KRAKÓW NETWORK – dokumentu opracowanego przez członków grupy KRAKÓW NETWORK, jako wstępu do wspólnej strategii działania na lata 2021–2023, z planem późniejszej aktualizacji zapisów. Protokół prezentuje zbiór dobrych praktyk i rekomendacji do stosowania w nowej, post-pandemicznej rzeczywistości, określający listę kluczowych strategii, które umożliwią dalszy rozwój przemysłu spotkań i wydarzeń. Zidentyfikowane kierunki działania obejmują innowacyjne modele biznesowe, wspólne ryzyko, restrukturyzację cyfrową i wydarzenia hybrydowe oraz strategię dotyczące zwiększonego zaangażowania wszystkich interesariuszy. Protokół KRAKÓW NETWORK został objęty honorowym patronatem Polskiej Organizacji Turystycznej.

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

Karolina Gajewska, Aneta Książek, Joanna Węglarczyk, Dorota Zientalska

Protokół Kraków Network

zespół Centrum Kongresowego ICE Kraków

Skład i grafika

Expansja Advertising sp. z o.o.

Zdjęcie na okładce:

Centrum Kongresowe ICE Kraków

1

Polska w rankingach ICCA i UIA

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.

W rezultacie wprowadzonych w 2020 roku obostrzeń w organizacji spotkań i wydarzeń, Dział Badań ICCA zmienił sposób oceny i prezentacji raportu statystycznego ICCA 2020. Najnowsza wersja raportu, opublikowana w dniu 27 maja 2021, nie przedstawia rankingu regionów, a wpływ pandemii COVID-19 na spotkania stowarzyszeń na całym świecie oraz stanowi narzędzie do wyprowadzania przemysłu spotkań z obecnego kryzysu. Z kolei 17 czerwca 2021 UIA opublikowała swój ranking „62 International Meetings Statistics Report”, nie zmieniając jego formatu. Polska mimo trudnego roku i 80 procentowego spadku ([pierwsze dane z Raportu Przemysł Spotkań i Wydarzeń w Polsce](#)) zanotowała wzrost w stosunku do roku poprzedniego.

[Raport statystyczny ICCA 2020](#) prezentuje spotkania, które miały odbyć się w 2020 roku i wskazuje, co się z nimi stało. Dodano nowe kategorie reprezentujące pełne spektrum rozwiązań, które planiści wydarzeń wdrożyli w 2020 roku, takie jak: spotkania wirtualne i hybrydowe, odroczenie, odwołanie czy relokacja wydarzenia. Raport zawiera analizę wpływu ekonomicznego spotkań w 2020 roku w porównaniu do 2019 roku, utratę przychodów oraz kilka dodatkowych kluczowych parametrów.

W sumie zidentyfikowano 8 409 unikalnych spotkań, które odbyły się lub zostały zaplanowane w 2020 roku. W Raporcie za 2019 rok tych spotkań było 13 252. Ten znaczący spadek można częściowo wytłumaczyć faktem, iż wiele stron internetowych poświęconych wydarzeniom nie zdążyło powstać lub zostały przedwcześnie zamknięte.

Zdecydowana większość spotkań w 2020 roku była przełożona (44 proc.). Ten trend stopniowo malał w drugiej połowie 2020 roku. Drugim co do wielkości segmentem były spotkania wirtualne (30 proc.), których organizacja zwiększała się wraz z rosnącą adaptacją przemysłu spotkań do trwającej pandemii. Trzecim co do wielkości segmentem były spotkania odwołane (14 proc.), które na początku były największym segmentem roku i stały się drugim najmniejszym segmentem pod koniec roku, co jest kolejnym znakiem adaptacji. Spotkania relokowane i hybrydowe stanowią najmniejsze segmenty. Relokacja stanowiła tylko 1 proc. wydarzeń (ze względu na dodatkową logistykę i koszty), natomiast spotkania hybrydowe (2 proc.) zyskały nieco większą popularność od sierpnia 2020. Najwięcej spotkań hybrydowych (4 proc.) odbyło się w Azji.

Spotkania wirtualne i hybrydowe pomogły stowarzyszeniom przyciągnąć większą publiczność w 2020 roku w porównaniu do spotkań twarzą w twarz w poprzednich latach. Średnia liczba na spotkaniu wynosiła od 908 do 1 356 delegatów, ale pomimo zwiększonej liczby uczestników wpływy z organizacji wydarzeń obniżyły się, a opłaty rejestracyjne średnio spadły z 525 USD do 211 USD.

Analiza wpływu ekonomicznego COVID-19 (całkowite wydatki 2019 vs. 2020) wskazuje na silną chęć branży do powrotu do spotkań twarzą w twarz. Jednak w przyszłości spotkania prawdopodobnie będą zawierać elementy i najlepsze praktyki z wydarzeń wirtualnych i hybrydowych.

Raport wskazuje, iż wszystkie regiony świata zostały dotknięte pandemią, ale Bliski Wschód poradził sobie z nią najlepiej i miał najniższy odsetek spotkań przełożonych i odwołanych (łącznie 49 proc.), co oznacza, że wśród pozostałych 51 proc. wszystkich spotkań w 2020 roku: 19 proc. odbyło się bez wpływu, spotkań wirtualnych było 29 proc., przeniesionych – 2 proc., a hybrydowych 1 proc.; Europa poradziła sobie najgorzej (6 proc. spotkań nienaruszonych).

Raport statystyczny 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.

[Raport UIA 2020](#) uwzględnia 471 800 spotkań, zorganizowanych w 256 krajach, w 11 647 miastach, przez 27 465 organizacji międzynarodowych. Zawiera również dane historyczne (od 1850 roku do 2020 roku) oraz szczegółowe dane za rok 2019 jako „ostatni dobry rok” przed kryzysem, a także analizę spotkań i wydarzeń odbytych w 2020 roku.

Jak podaje UIA w ciągu ostatnich 20 lat niekwestionowanym liderem rynku jest Europa, która przyjęła 53 proc. spotkań i wydarzeń, następnie Azja – 22 proc., Ameryki – 18 proc., Afryka – 4 proc. oraz Australia i Oceania – 3 proc.

W pierwszej 5. miast w Europie w ostatnim dwudziestoleciu najpopularniejszymi miastami okazały się: Bruksela, Paryż, Wiedeń, Genewa i Londyn. Najwięcej spotkań odbyło się we Francji, Belgii, Niemczech, Wielkiej Brytanii i Włoszech.

W latach 2001 – 2020 najczęściej odbyło się spotkań stowarzyszeń trwających 3 dni – 26,1 proc., następnie 4-dniowych – 19,8 proc. i 2-dniowych – 18,4 proc. Natomiast spotkań 1- i 5-dniowych było po ok. 13 proc.

Warto podkreślić, iż w rankingu za ostatnie 20 lat wśród 30 zaprezentowanych krajów Polska uplasowała się na 23 miejscu, Węgry zajęły 29. lokatę, a Czechy – 30. Ta wysoka lokata to bez wątpienia zasługa całej polskiej branży spotkań i dowód na jej dużą transformację w ostatnim dwudziestoleciu.

W pandemicznym roku 2020 Polska z 30 wydarzeniami (spełniającymi kryteria UIA) uplasowała się na 23 miejscu w rankingu światowym prezentującym 100 państw. To o 1 miejsce wyżej aniżeli w 2019 roku, przy jednoczesnym spadku zaklasyfikowanych wydarzeń.

Wśród 100 miast z całego świata w 2020 roku najlepszą pozycję wśród polskich miast uzyskał Kraków – 48 pozycja (w 2019 – 51 miejsce) z 12 spotkaniami. W rankingu znalazła się również Warszawa – 74 pozycja (w 2019 – 41 miejsce) z 8 spotkaniami.

Z kolei na tle Europy Polska zajmuje 15. pozycję na 42 państwa uwzględnione w rankingu. Natomiast wśród 51 miast europejskich, polskie metropolie zajęły odpowiednio 29. (Kraków) i 37. (Warszawa) miejsce.

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 przekazały informacje na temat 4 852 spotkań i wydarzeń w 2020 roku, w których każdorazowo uczestniczyło co najmniej 50 osób. W wyniku następstw pandemii Covid-19 Polska zanotowała 80-cio procentowy spadek w stosunku do roku 2019.

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, dworców), korzystając ze standaryzowanego arkusza opracowanego na potrzeby raportu. W arkuszu gromadzono informacje, m.in. o miejscu wydarzenia, pochodzeniu grup, charakterze, czasie trwania i liczbie uczestników poszczególnych spotkań. Dla zbadania pełnego spektrum rozwiązań, które organizatorzy wydarzeń wdrożyli w 2020 roku, formularz rozszerzono o kategorię „forma spotkania” (stacjonarne, wirtualne, hybrydowe). Warsaw Convention Bureau przekazało do raportu dane zbierane przez pośrednika (firma Z-Faktor) – brakuje tam informacji o pochodzeniu grupy (krajowa czy zagraniczna) oraz z okresu marzec-grudzień 2020, kiedy dane nie były zbierane. Z Katowic dane do Raportu spłynęły tylko z Międzynarodowego Centrum Kongresowego w Katowicach.

W raporcie „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2021” 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 w tym rozdziale, wykonane na podstawie danych o 4 852 spotkaniach i wydarzeniach z 2020 roku, nie są 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 2020 roku – 9 z 10 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, biocybernetyką, budownictwem, elektroniką, elektrotechniką, geodezją i kartografią, górnictwem, inżynierią, technologią chemiczną, transportem.

3

Spotkania i wydarzenia w Polsce

WYDARZENIA KORPORACYJNE I MOTYWACYJNE

2 165
48% zgłoszonych wydarzeń



wydarzeń korporacyjnych i motywacyjnych

289 699

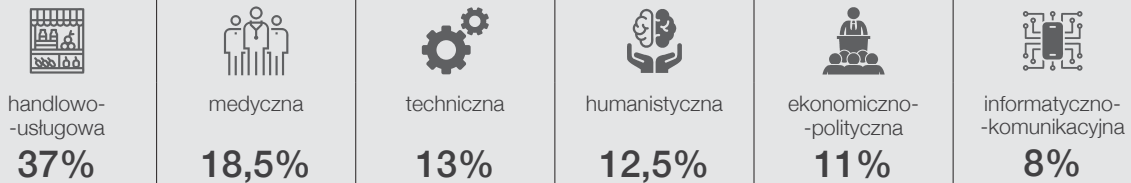


uczestników

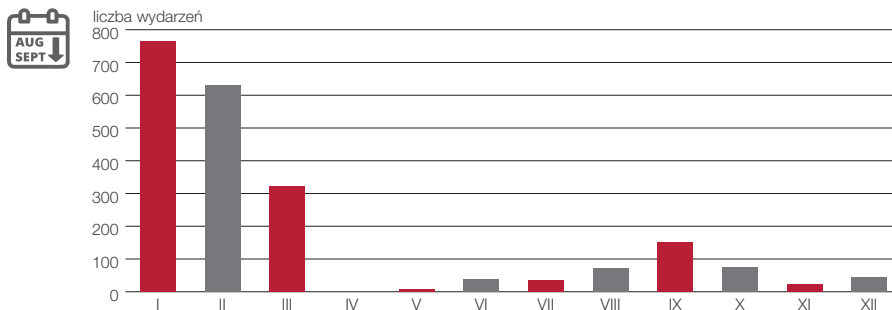
Forma spotkania



Spotkania wg branży



Sezonowość



Pochodzenie grupy

90% krajowe
10% zagraniczne

Rodzaj grupy

przedsiębiorstwa
82%

stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT
11%

instytucje rządowe i organizacje publiczne
7%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień **67%**
2-3 dni **25%**
4 i więcej dni **8%**

1,7 dnia

średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów, w których organizowano wydarzenia

hotele
74%

obiekty i sale na specjalne wydarzenia
14%

szkoły wyższe
6,5%

centra wystawiennicze i kongresowe
5,5%

KONFERENCJE I KONGRESY

2 117
46% zgłoszonych
wydarzeń



konferencji
i kongresów

504 480

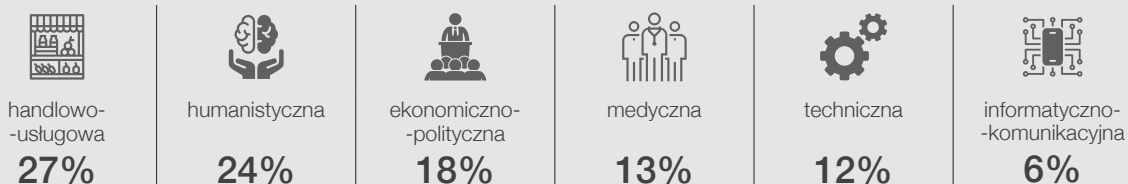


uczestników

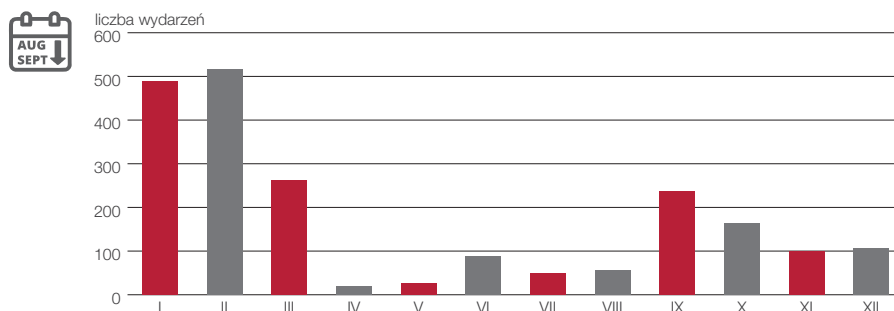
Forma spotkania



Spotkania wg branży



Sezonowość



Pochodzenie grupy

85% krajowe
15% zagraniczne

Rodzaj grupy

przedsiębiorstwa
47%

instytucje rządowe
i organizacje publiczne
32%

stowarzyszenia
i organizacje NON PROFIT
21%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień **70%**
2-3 dni **25%**
4 i więcej dni **5%**

1,5 dnia

średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów, w których organizowano wydarzenia



hotele
48%



obiekty i sale
na specjalne
wydarzenia
23%



szkoły wyższe
18%



centra
wystawiennicze
i kongresowe
11%

TARGI I WYSTAWY

257
6% zgłoszonych wydarzeń



targów i wystaw

396 949

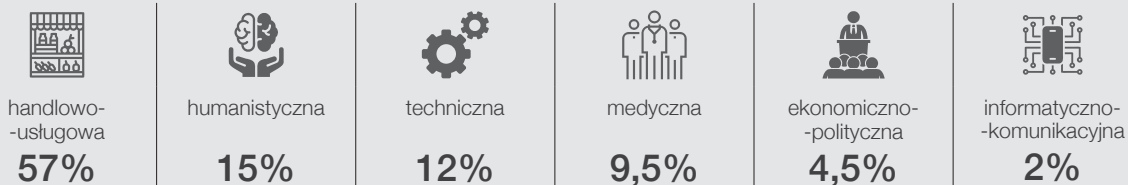


uczestników

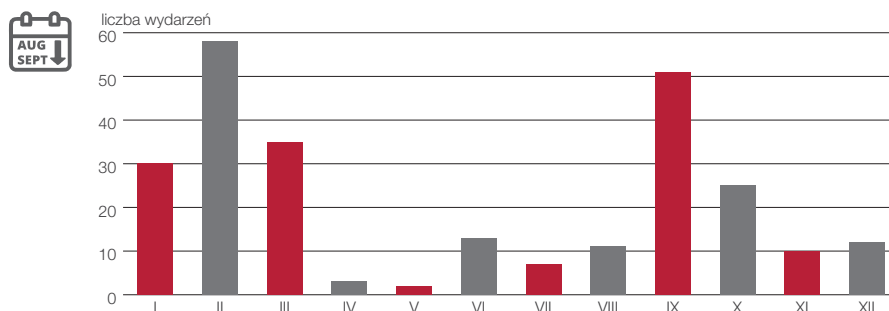
Forma spotkania



Spotkania wg branży



Sezonowość



Pochodzenie grupy

93% krajowe
7% zagraniczne

Rodzaj grupy



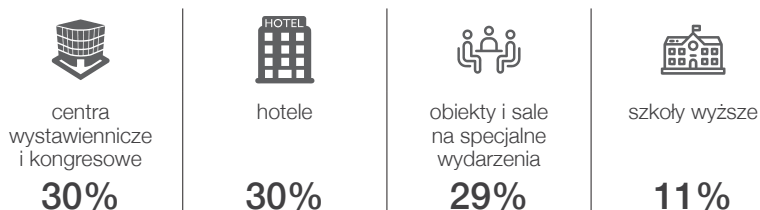
Czas trwania wydarzeń

1 dzień **55,5%**
2-3 dni **33%**
4 i więcej dni **11,5%**

3 dni

średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów, w których organizowano wydarzenia



Analiza wydarzeń w miastach



Bydgoszcz ↓ spadek -90%

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

23 289 uczestników wszystkich wydarzeń

416 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzenia

konferencje i kongresy
58,5%

targi i wystawy
22,5%

wydarzenia korporacyjne i motywacyjne
19%

Forma spotkania

stacjonarne
96%

hybrydowe
2%

wirtualne
2%

Spotkania wg branży

handlowo-usługowa
29%

humanistyczna
23%

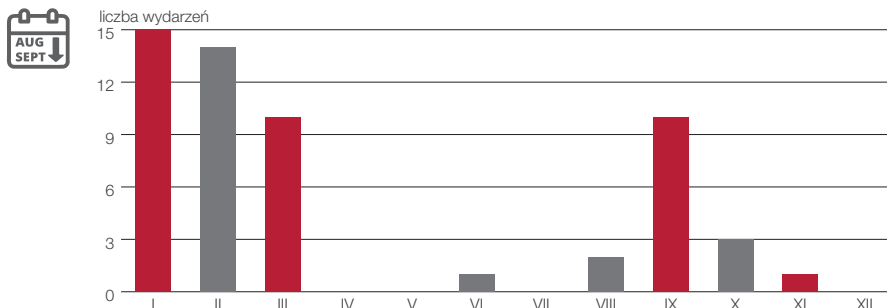
medyczna
23%

ekonomiczno-polityczna
11,5%

techniczna
11,5%

informatyczno-komunikacyjna
2%

Sezonowość



Pochodzenie grupy

98% krajowe
2% zagraniczne

Rodzaj grupy

przedsiębiorstwa
52%

NGO
stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT
44%

instytucje rządowe i organizacje publiczne
4%

Czas trwania wydarzeń

1 dzień 73%
2-3 dni 23%
4 i więcej dni 4%

1,4 dnia

średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów, w których organizowano wydarzenia

obiekty i sale na specjalne wydarzenia
43%

hotele
39%

centra wystawiennicze i kongresowe
18%

Gdańsk

spadek
-78%

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

151 881 uczestników wszystkich wydarzeń

273 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzenia

ikonka konferencji
ikonka kongresu
62%

ikonka korporacji
ikonka motywacji
28%

ikonka targów
ikonka wystawy
10%

Forma spotkania

stacjonarne
81%

wirtualne
16%

hybrydowe
3%

Spotkania wg branży

ikonka handlowo-usługowa
30%

ikonka humanistyczna
23%

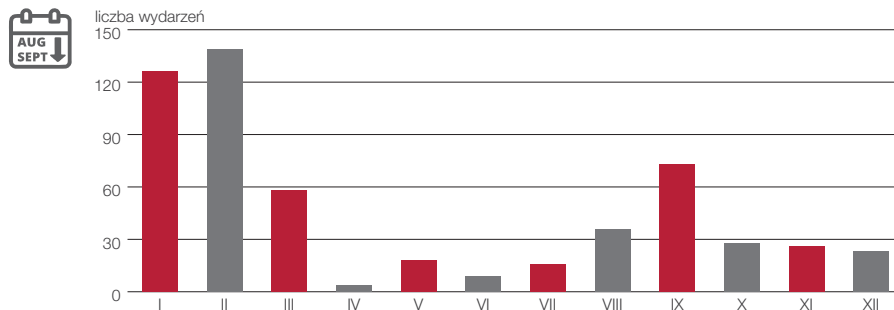
ikonka ekonomiczno-polityczna
20%

ikonka medyczna
10,5%

ikonka informatyczno-komunikacyjna
8,5%

ikonka techniczna
8%

Sezonowość



Pochodzenie grupy

93% krajowe
7% zagraniczne

Rodzaj grupy

ikonka przedsiębiorstwa
39%

ikonka instytucji rządowej
36%

ikonka NGO
25%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 79%
2-3 dni 13%
4 i więcej dni 8%

1,6 dnia

średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów, w których organizowano wydarzenia

ikonka obiektu specjalnego
47%

ikonka hotelu
24%

ikonka szkoły
22%

ikonka centrum wystawienniczego
7%

Katowice

29 wydarzeń zgłoszonych przez Międzynarodowe Centrum Kongresowe w Katowicach dla grup liczących 50 i więcej osób
74 553 uczestników wszystkich wydarzeń
2 571 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzenia



konferencje i kongresy

41,5%



wydarzenia korporacyjne i motywacyjne

34,5%



targi i wystawy

24%

Forma spotkania



Spotkania wg branży



handlowo-usługowa

48%



ekonomiczno-polityczna

17%



medyczna

10,5%



techniczna

10,5%



humanistyczna

7%



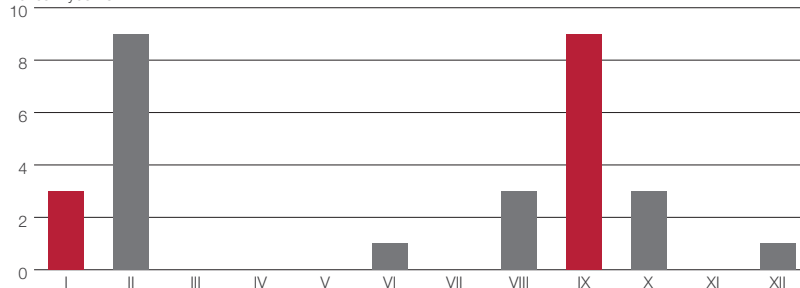
informatyczno-komunikacyjna

7%

Sezonowość



liczba wydarzeń



Pochodzenie grupy

100% krajowe



przedsiębiorstwa

90%



stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT

7%



instytucje rządowe i organizacje publiczne

3%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień **65,5%**

2-3 dni **27,5%**

4 i więcej dni **7%**

1,5 dnia

średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów, w których organizowano wydarzenia



centra wystawiennicze i kongresowe

100%

Kraków

spadek
↓ -86%

1 190 wydarzeń zgłoszonych przez Kraków Convention Bureau dla grup liczących 50 i więcej osób

299 570 uczestników wszystkich wydarzeń

252 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzenia

ikonka konferencji i kongresu
55%

ikonka wydarzenia korporacyjnego i motywacyjnego
40%

ikonka targów i wystaw
5%

Forma spotkania

wirtualne
45%

stacjonarne
44%

hybrydowe
11%

Spotkania wg branży

ikonka handlowo-usługowa
26%

ikonka humanistyczna
22%

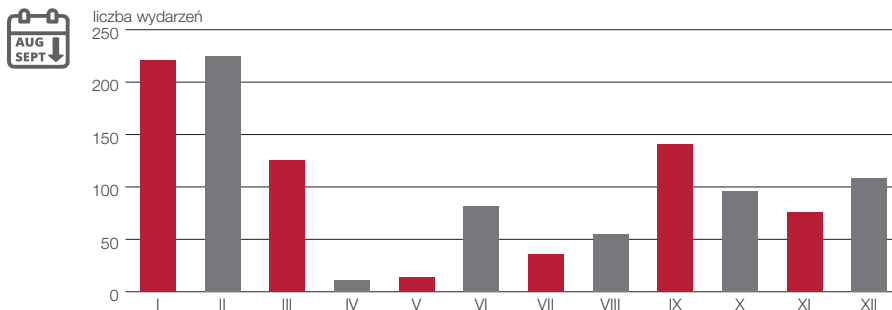
ikonka medyczna
16,5%

ikonka techniczna
15%

ikonka ekonomiczno-polityczna
14%

ikonka informatyczno-komunikacyjna
6,5%

Sezonowość



Pochodzenie grupy

72% krajowe
28% zagraniczne

Rodzaj grupy

ikonka przedsiębiorstwa
51,5%

ikonka instytucji rządowej i organizacji publicznej
26%

ikonka NGO
stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT
22,5%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 61%
2-3 dni 26%
4 i więcej dni 13%

2 dni

średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów, w których organizowano wydarzenia

ikonka hotelu
hotele
36%

ikonka szkoły wyższej
szkoły wyższe
29%

ikonka obiektu i sali na specjalne wydarzenia
obiekty i sale na specjalne wydarzenia
28%

ikonka centrum wystawienniczego i kongresowego
centra wystawiennicze i kongresowe
7%

Lublin

spadek
↓ -74%

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

143 520 uczestników wszystkich wydarzeń

314 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzenia



konferencje i kongresy
71,5%



wydarzenia korporacyjne i motywacyjne
26%



targi i wystawy
2,5%

Forma spotkania

stacjonarne

100%



Spotkania wg branży



handlowo-usługowa
39%



humanistyczna
29%



ekonomiczno-polityczna
15%



medyczna
7%



techniczna
6%

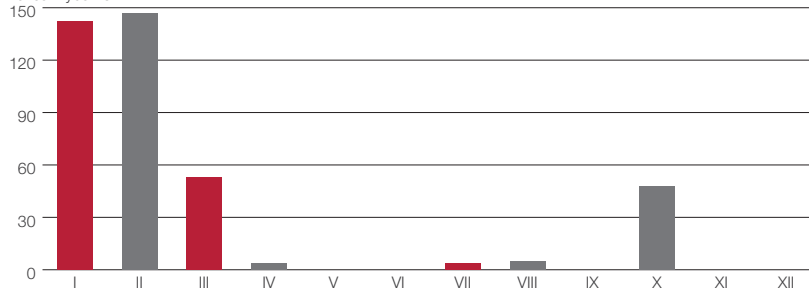


informatyczno-komunikacyjna
4%

Sezonowość



liczba wydarzeń



Pochodzenie grupy

99% krajowe
1% zagraniczne



przedsiębiorstwa

77%



instytucje rządowe i organizacje publiczne

18%



stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT

5%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień **84%**
2-3 dni **15%**
4 i więcej dni **1%**

1 dzień

średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów, w których organizowano wydarzenia



hotele

87%



centra wystawiennicze i kongresowe

12%



obiekty i sale na specjalne wydarzenia

1%

Łódź ↓ spadek
-75%

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

135 956 uczestników wszystkich wydarzeń

533 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzenia

konferencje i kongresy
54,5%

wydarzenia korporacyjne i motywacyjne
33,5%

targi i wystawy
12%

Forma spotkania

stacjonarne
90%

wirtualne
7%

hybrydowe
3%

Spotkania wg branży

handlowo-usługowa
34%

medyczna
26%

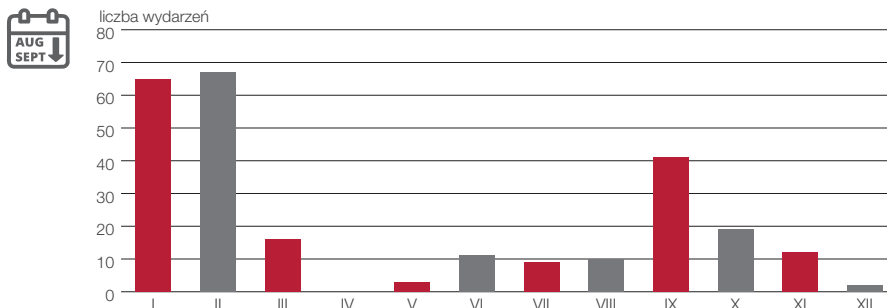
humanistyczna
15%

techniczna
12%

ekonomiczno-polityczna
9%

informatyczno-komunikacyjna
4%

Sezonowość



Pochodzenie grupy

95% krajowe
5% zagraniczne



przedsiębiorstwa

65%



instytucje rządowe i organizacje publiczne

24%



stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT

11%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień **57%**
2-3 dni **40%**
4 i więcej dni **3%**

1,6 dnia

średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów, w których organizowano wydarzenia



hotele

46%



centra wystawiennicze i kongresowe

25%



obiekty i sale na specjalne wydarzenia

16%



szkoły wyższe

13%

Poznań

spadek
↓ -75%

753 wydarzenia zgłoszone przez Poznań Convention Bureau dla grup liczących 50 i więcej osób

135 942 uczestników wszystkich wydarzeń

180 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzenia

konferencje i kongresy
53%

wydarzenia korporacyjne i motywacyjne
39%

targi i wystawy
8%

Forma spotkania

stacjonarne
81%

wirtualne
11%

hybrydowe
8%

Spotkania wg branży

handlowo-usługowa
37%

humanistyczna
29%

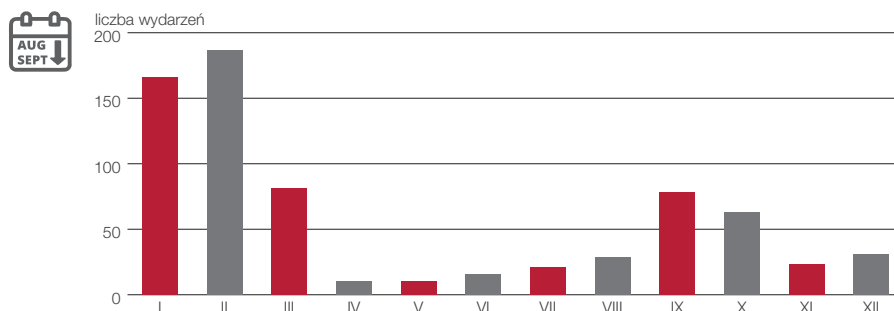
ekonomiczno-polityczna
15%

informatyczno-komunikacyjna
7%

medyczna
6%

techniczna
6%

Sezonowość



Pochodzenie grupy

95% krajowe
5% zagraniczne



przedsiębiorstwa

60%



stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT

22%



instytucje rządowe i organizacje publiczne

18%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień **85,5%**

2-3 dni **12,5%**

4 i więcej dni **2%**

1,4 dnia

średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów, w których organizowano wydarzenia



hotele

40%



obiekty i sale na specjalne wydarzenia

35%



centra wystawiennicze i kongresowe

15%



szkoły wyższe

10%

Toruń

spadek

-84%

63 wydarzenia zgłoszone przez Toruń Convention Bureau dla grup liczących 50 i więcej osób

11 514 uczestników wszystkich wydarzeń

183 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzenia



konferencje i kongresy

55%



wydarzenia korporacyjne i motywacyjne

30,5%



targi i wystawy

14,5%

Forma spotkania

stacjonarne
97%



hybrydowe
3%



Spotkania wg branży



handlowo-usługowa

24%



medyczna

24%



ekonomiczno-polityczna

15%



humanistyczna

15%



techniczna

15%



informatyczno-komunikacyjna

7%

Sezonowość



liczba wydarzeń

20

15

10

5

0

I

II

III

IV

V

VI

VII

VIII

IX

X

XI

XII



Pochodzenie grupy

100% krajowe



przedsiębiorstwa

67%



instytucje rządowe i organizacje publiczne

22%



stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT

11%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień **57%**

2-3 dni **43%**

1,6 dnia

średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów, w których organizowano wydarzenia



hotele

84%



centra wystawiennicze i kongresowe

16%

Warszawa

spadek

-84%

1 210 wydarzeń zgłoszonych przez Warsaw Convention Bureau dla grup liczących 50 i więcej osób

151 744 uczestników wszystkich wydarzeń

125 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzenia



wydarzenia korporacyjne i motywacyjne

83%



konferencje i kongresy

17%

Forma spotkania

stacjonarne

100%



Spotkania wg branży



handlowo-usługowa

42%



medyczna

21%



techniczna

15%



ekonomiczno-polityczna

13%



informatyczno-komunikacyjna

7%



humanistyczna

2%

Sezonowość



liczba wydarzeń

600



Pochodzenie grupy

brak danych



przedsiębiorstwa

83%



instytucje rządowe i organizacje publiczne

13%



stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT

4%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień **57%**

2-3 dni **36%**

4 i więcej dni **7%**

1,7 dnia

średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów, w których organizowano wydarzenia



hotele
97%



obiekty i sale na specjalne wydarzenia

3%

Wrocław

spadek
↓ -76%

282 wydarzeń zgłoszone przez Convention Bureau – Wrocław dla grup liczących 50 i więcej osób

117 772 uczestników wszystkich wydarzeń

417 średnia liczba uczestników wydarzenia



Rodzaj wydarzenia

konferencje i kongresy
48%

wydarzenia korporacyjne i motywacyjne
40%

targi i wystawy
12%

Forma spotkania

stacjonarne
93%

wirtualne
5%

hybrydowe
2%

Spotkania wg branży

handlowo-usługowa
33%

ekonomiczno-polityczna
18%

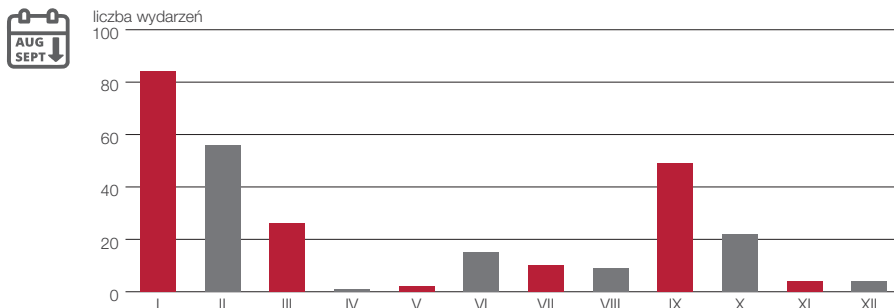
humanistyczna
17%

techniczna
12%

medyczna
11%

informatyczno-komunikacyjna
9%

Sezonowość



Pochodzenie grupy

96% krajowe
4% zagraniczne



przedsiębiorstwa
67%



instytucje rządowe i organizacje publiczne
16,5%



stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT
16,5%



Czas trwania wydarzeń

1 dzień 78%
2-3 dni 18%
4 i więcej dni 4%

1,4 dnia

średni czas trwania wydarzenia

Rodzaje obiektów, w których organizowano wydarzenia



hotele
64%



obiekty i sale na specjalne wydarzenia
23%



centra wystawiennicze i kongresowe
10%



szkoły wyższe
3%

4

Wydarzenia zorganizowane przez rekomendowanych organizatorów kongresów PCO i podróży motywacyjnych ITC

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

spadek
-70%

163 850

uczestników obsługanych przez PCO i ITC

Rodzaj wydarzenia



konferencje i kongresy
48%

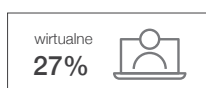
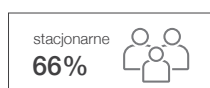


wydarzenia korporacyjne i motywacyjne
39%



targi i wystawy
13%

Forma spotkania



Spotkania wg branży



handlowo-usługowa
37%



medyczna
20%



ekonomiczno-polityczna
16%



techniczna
12%



humanistyczna
9%

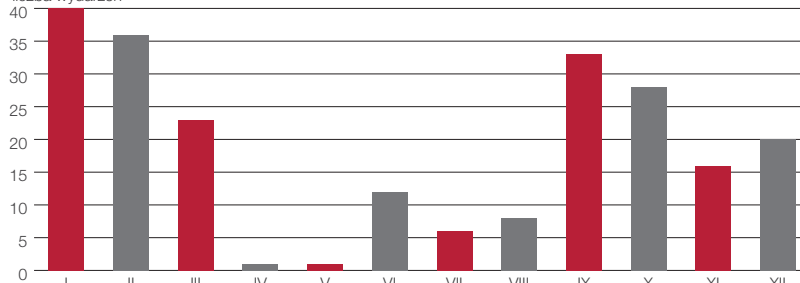


informatyczno-komunikacyjna
6%

Sezonowość



liczba wydarzeń



Pochodzenie grupy

79% krajowe

21% zagraniczne



przedsiębiorstwa

56%



stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT

26%



instytucje rządowe i organizacje publiczne

18%

Miasta, w których zorganizowano wydarzenia



centra wystawiennicze i kongresowe

54%



hotele

37%



obiekty i sale na specjalne wydarzenia

8%



szkoły wyższe

1%

Rodzaje obiektów, w których organizowano wydarzenia

5

Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej

Polska Organizacja Turystyczna jest jedną z kilkadziesiątu działających na świecie narodowych organizacji turystycznych. Jej celem jest promowanie Polski jako kraju atrakcyjnego dla turystów, nowoczesnego, z wysokimi standardami usług i korzystnymi cenami. Działania na rzecz promocji i rozwoju turystyki polskiej prowadzone są zarówno w kraju, jak i za granicą.

Zagraniczne Ośrodki Polskiej Organizacji Turystycznej (ZOPOT) tworzone są w krajach bardzo ważnych oraz perspektywicznych dla rozwoju turystyki przyjazdowej do Polski. Obecnie POT ma 14 takich ośrodków, z czego 11 zlokalizowanych jest w Europie, jeden w Stanach Zjednoczonych (w Nowym Jorku), w Japonii (w Tokio) oraz w Chinach (w Pekinie).

Poland Convention Bureau (PCB) od 2002 roku działa w strukturach Polskiej Organizacji Turystycznej i jest jednostką odpowiedzialną za promocję Polski jako atrakcyjnego miejsca do organizacji spotkań i wydarzeń biznesowych.

Poland Convention Bureau jest pierwszym kontaktem dla tych, którzy poszukują informacji dotyczących partnerów biznesowych i obiektów konferencyjnych oraz planujących zorganizować kongres stowarzyszenia lub wydarzenie korporacyjne w Polsce.

Priorytetowym celem PCB jest budowanie wizerunku Polski jako kraju atrakcyjnego do organizacji wszelkiego rodzaju wydarzeń biznesowych. Misję tę realizuje poprzez:

- udział w międzynarodowych imprezach targowych, czego efektem jest pozyskiwanie kolejnych kontaktów biznesowych,
- realizację podróży studyjnych dla zagranicznych dziennikarzy oraz organizatorów spotkań i wydarzeń biznesowych, w tym konferencji, kongresów, premier produktów, podróży motywacyjnych,
- pozyskiwanie nowych spotkań i wydarzeń biznesowych dla kraju,
- współpracę z mediami zagranicznymi oraz zamieszczanie artykułów i reklam promujących Polskę jako destynację biznesową w prasie oraz katalogach branżowych,
- utrzymywanie stałej współpracy z miejskimi convention bureaux w ramach ww. działań,
- nawiązywanie współpracy z polskimi przedsiębiorcami branży spotkań w ramach programów: Rekomendowany Profesjonalny Organizator Kongresów (Professional Congress Organizer) i Rekomendowany Organizator Podróży Motywacyjnych (Incentive Travel Company),
- nawiązywanie współpracy z polskim środowiskiem naukowym, m.in. w ramach Programu Ambasadorów Kongresów Polskich oraz Narodowego Programu Wsparcia Spotkań i Wydarzeń,
- utrzymywanie stałej współpracy z krajowymi oraz międzynarodowymi organizacjami i stowarzyszeniami skupiającymi profesjonalistów związanych z przemysłem spotkań,
- gromadzenie i opracowywanie danych statystycznych dotyczących spotkań i wydarzeń biznesowych odbywających się w Polsce, zgodnie z zaleceniami międzynarodowych organizacji prowadzących podobne rankingi, tj. ICCA (International Congress and Convention Association) oraz UIA (Union of International Associations).

Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej jest jednym z członków założycieli Strategicznego Sojuszu Narodowych Europejskich Convention Bureaux (Strategic Alliance of the National Convention Bureaux of Europe), sieci krajowych organizacji odpowiedzialnych za marketing destynacji, których głównym celem jest zwiększenie współpracy pomiędzy krajowymi biurami w Europie, aby utrzymać i dalej wzmacniać jej status. Powstanie Sojuszu oficjalnie ogłoszono na targach IMEX America 2014 w Las Vegas. Obecnie Sojusz liczy 28 członków.

Polska Organizacja Turystyczna, od momentu powołania w swoich strukturach Poland Convention Bureau w 2002 roku, jest członkiem ICCA (International Congress and Convention Association), a od 2011 – UIA (Union of International Associations).

POLAND

Online Site Inspection



POLAND Online Site Inspection to narzędzie przeznaczone dla branży spotkań, uruchomione w 2020 roku przez Polską Organizację Turystyczną – Poland Convention Bureau na stronie internetowej pot.gov.pl w języku angielskim.

Wirtualny katalog Polskiej Organizacji Turystycznej powstał we współpracy z miejskimi i regionalnymi convention bureaux i zawiera wyselekcjonowane informacje na temat potencjału przemysłu spotkań w Polsce, m.in. o centrach konferencyjno-kongresowych, hotelach, restauracjach oraz obiektach unikatowych. Dodatkowo prezentuje tzw. wizytówki miast, czyli informacje w postaci infografik na temat najważniejszych obiektów i atrakcji turystycznych oraz materiały multimedialne miast, w tym interaktywne mapy, dzięki którym obiekty można podziwiać z lotu ptaka. Materiały mają na celu zachęcenie do planowania, a następnie organizowania spotkań i wydarzeń w Polsce.

Ważnym elementem Poland Online Site Inspection jest wyszukiwarka ponad pół tysiąca obiektów, rozbudowana w 2021 roku o dwie nowe kategorie: *[Incentive & Inspiration](#)* i *[Hybrid Meetings & Virtual Events](#)*. W katalogu znalazły się również kontakty do miejskich i regionalnych convention bureaux, rekomendowanych przez POT profesjonalnych organizatorów kongresów (PCO) oraz do profesjonalnych organizatorów podróży motywacyjnych (ITC), którzy zajmują się lokalną sprzedażą produktów i budowaniem doświadczeń w skomplikowanym i długotrwałym procesie pozyskiwania i organizacji wydarzeń w Polsce.

Zachęcamy do zapoznania się z katalogiem:
pot.gov.pl/en/online-site-inspection

KRAKÓW NETWORK Protocol

6 Mechanizmy przeciwdziałania skutkom pandemii: Protokół KRAKÓW NETWORK

23 marca 2021 roku w ICE Kraków, po trzech miesiącach intensywnych prac, 30 zdalnych negocjacjach i konsultacjach przeprowadzonych wśród lokalnych przedstawicieli branży MICE, został ogłoszony Protokół KRAKÓW NETWORK. Dokument nie tylko określił kierunki dalszego rozwoju przemysłu spotkań i wydarzeń, ale także stał się skutecznym narzędziem komunikacji i międzynarodowej promocji Krakowa w nowej, postpandemicznej rzeczywistości.

Inspiracją dla rozpoczęcia prac nad Protokołem KRAKÓW NETWORK stał się ogłoszony pod koniec listopada 2020 roku Protokół z Kaohsiung autorstwa International Congress and Convention Association (ICCA). Ostatecznie przyjęty krakowski dokument jest zbiorem dobrych praktyk i rekomendacji dostosowanych do współczesnych realiów, pod którym podpisało ponad 180 sygnatariuszy – przedstawiciele władz miasta, lokalnych hoteli, obiektów targowo-konferencyjnych, agencji eventowych, restauracji, organizacji turystycznych, krakowskich uczelni, a także firm DMC i PCO. Określa listę kluczowych strategii, takich jak: konieczność stworzenia innowacyjnych modeli biznesowych opartych na wspólnym zarządzaniu ryzykiem, promocję wydarzeń hybrydowych, restrukturyzację cyfrową oraz zbudowanie przewagi konkurencyjnej Krakowa poprzez zaangażowanie lokalnych przedstawicieli przemysłu spotkań. Co ważne, przyjęte opracowanie jest także wstępem do wspólnej strategii działania na lata 2021-2023, z planem późniejszej aktualizacji zapisów.



Izabela Błaszczuk

dyrektorka KBF, operatorka Centrum Kongresowego ICE Kraków

” W momencie, w którym jako grupa zapoczątkowaliśmy pracę nad Protokołem KRAKÓW NETWORK, wiedzieliśmy, że warunkiem zyskania przewagi konkurencyjnej jest konieczność pokazania naszym klientom Krakowa jako destynacji, która rozumie zmiany, jakie się dokonały w branży, która potrafi szybko dopasować się do obowiązujących wytycznych i pioniersko wdraża światowe trendy na własny rynek. Wiedzieliśmy także, że tylko współpracując ze sobą, tak jak robiliśmy to przez ostatnie lata w ramach grupy KRAKÓW NETWORK, mamy szansę pokazać światu naszą gotowość do organizacji bezpiecznych wydarzeń na miarę postpandemicznych czasów. – mówi **Izabela Błaszczuk**, dyrektorka KBF – operatora Centrum Kongresowego ICE Kraków.

”

Celem, który przyświeca działającej od 2015 roku grupie KRAKÓW NETWORK, zrzeszającej obecnie ponad 500 członków z Krakowa i Małopolski, jest spójny rozwój podmiotów działających w lokalnej branży MICE, która dzięki wzajemnym relacjom dąży do zwiększenia liczby wydarzeń biznesowych i naukowych organizowanych w Krakowie. Podczas regularnych spotkań członkowie inicjatywy analizują kierunki rozwoju branży, dyskutują i wymieniają się doświadczeniami, wiedzą i dobrymi praktykami. Ze względu na przyjętą misję, polegającą na dążeniu do rozwoju przemysłu spotkań w Polsce i na świecie, członkowie projektu chętnie dzielą się z innymi przedstawicielami branży wypracowanym know-how.



Paula Fanderowska

zastępca dyrektora KBF – operatora Centrum Kongresowego ICE Kraków

„ Protokół KRAKÓW NETWORK, mimo że został przygotowany przez krakowskich przedstawicieli przemysłu spotkań, jest dokumentem uniwersalnym, z którego mogą i nawet powinny czerpać inne destynacje. Jego zapisy są na tyle szczegółowe, by wyznaczać kierunek działań i jednocześnie na tyle otwarte, by móc je dostosować wedle własnych potrzeb i regulacji. Każda z destynacji może więc zaimplementować zapisy zawarte w dokumencie na swój sposób i dostosować lokalnie rynek do zaprezentowanych w protokole trendów – dodaje **Paula Fanderowska, zastępca dyrektora KBF – operatora Centrum Kongresowego ICE Kraków.** ”

Protokół KRAKÓW NETWORK zawiera bowiem rekomendacje działań w najważniejszych, kluczowych obszarach, których powszechne wdrożenie umożliwi powrót do organizacji bezpiecznych wydarzeń na całym świecie. Zawarte w dokumencie zapisy świadczą o tym, że w nowej rzeczywistości przedstawiciele branży MICE muszą wykazać się elastycznością, otwartością, zaangażowaniem, niestosowaniem nieuczciwych praktyk względem współpracowników, transparentnością w podejmowanych działaniach i chęcią do budowania relacji w komfortowym i przewidywalnym środowisku – nastawionym na dzielenie się ryzykiem w celu utrzymania i pozyskania klientów.

Potrzeba opracowania Protokołu KRAKÓW NETWORK i konieczność implementacji jego zapisów była wyrazem świadomości lokalnych przedstawicieli branży co do transformacji, jaka zaszła w przemyśle spotkań i wydarzeń. Klienci wybierają bowiem w nowej rzeczywistości te destynacje, które zapewniają uczestnikom ich wydarzeń bezpieczeństwo sanitarne, wykazują się zaangażowaniem i gotowością do współdzielenia ryzyka, odznaczają się najwyższym standardem obsługi oraz posiadają dobrą infrastrukturę. Zleceniodawcy sprawdzają, czy dany podmiot prowadzi swe działania w oparciu o zasady społecznej odpowiedzialności biznesu, rozumie i zwraca uwagę na potrzeby przyszłych pokoleń, a także dba o „impact” organizowanych w danej destynacji wydarzeń.



Rafał Szlachta

prezes Polskiej Organizacji Turystycznej

„ Powstanie Protokołu KRAKÓW NETWORK, jako wyniku negocjacji przeprowadzonych w oparciu o dialog uczestników gremium powołanego przez KBF, świadczy o tym, że Kraków jest destynacją świadomą i odpowiedzialną. Destynacją, która tworząc ten dokument potwierdziła, że rynek jest gotowy na zmianę w sposobie prowadzenia współpracy między partnerami biznesowymi i zrobiła w jej stronę odważny krok, inspirując innych, zarówno krajowych, jak i międzynarodowych przedstawicieli branży do transformacji – komentuje **Rafał Szlachta, prezes Polskiej Organizacji Turystycznej.** ”

W wyniku pandemii przemysł spotkań został dotknięty regresem. Wszystkie destynacje straciły możliwość realizowania wydarzeń w formule offline. W wielu częściach świata możliwe były tylko wydarzenia organizowane w formule online lub hybrydowo. W związku z tym wiele z zaplanowanych wydarzeń wkrótce po wybuchu pandemii zostało odwołanych lub przeniesionych na kolejne miesiące. Te podmioty, które wykazały się największą elastycznością, zaangażowaniem i kreatywnością w tworzeniu oferty, a także opracowały nowe sposoby komunikacji oraz promocji i sięgnęły po nowe technologie, szybciej wróciły do realizacji wydarzeń.

P.F. Znaleźliśmy się w sytuacji, w której wszystkie podmioty działające w branży MICE muszą na nowo zbudować swą konkurencyjność. Stąd też wszystkie destynacje stanęły przed koniecznością ponownego opracowania strategii komunikacji i promocji dostosowanych do obowiązującej rzeczywistości. Przez miniony rok zmienił się świat i nasz sposób myślenia, w wyniku czego powstał Protokół KRAKÓW NETWORK. Jako dokument, który systematyzuje zmiany, jak również jako dokument, który nam – reprezentantom branży, dyrektorom obiektów konferencyjno-targowych, właścicielom hoteli, restauracji, agencji eventowych, firm DMC, PCO, jak również przedstawicielom uczelni i władz miasta – pomoże ponownie wypromować Kraków w kraju i za granicą jako świadomą zmian, odpowiedzialną i bezpieczną destynację – dopowiada Paula Fanderowska.

Aktualność zagadnień poruszanych w Protokole KRAKÓW NETWORK, a także modelowa współpraca między reprezentantami krakowskiego przemysłu spotkań i ich ogromne zaangażowanie w tworzenie i późniejszą komunikację dokumentu miały niewątpliwie wpływ na promocyjny sukces Protokołu KRAKÓW NETWORK w świecie organizatorów spotkań i wydarzeń.

I.B. Choć nie wiemy, kiedy w pełni powrócimy do realizacji krajowych i międzynarodowych wydarzeń, dzięki wypracowanemu Protokółowi KRAKÓW NETWORK możemy śmiało powiedzieć, że krakowska branża MICE jest już na to gotowa. A dzięki zaangażowanym podmiotom i osobom, które stały się ambasadorami naszej destynacji, o Krakowie nie przestaje być na świecie głośno – dodaje Izabela Błaszczyk.

Zachęcamy do zapoznania się z treścią [Protokołu KRAKÓW NETWORK](#)



DESTINATION POLAND

 POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

 POLAND
CONVENTION
BUREAU

 site Poland

Mechanizmy przeciwdziałania skutkom pandemii:

DESTINATION POLAND

Podobnie jak na świecie, w Polsce przemysł spotkań jest jednym z sektorów gospodarki najmocniej poszkodowanych przez epidemię Covid-19. Produkt incentive – z całej palety narzędzi MICE – ma szansę odrodzić się jako pierwszy. Przynajmniej w najpełniejszym kształcie, zbliżonym do tego sprzed pandemii. Wynika to m.in. z faktu, że grupy biorące udział w tego typu podróżach są zazwyczaj mniej liczne niż w przypadku konferencji i kongresów. W grę wchodzi też chęć motywacji pracowników i konieczność integracji zespołów po miesiącach lockdownu oraz funkcjonowania w trybie home office.

Świadoma tych trendów Polska Organizacja Turystyczna – Poland Convention Bureau w połowie 2020 roku podjęła współpracę branżową ze Stowarzyszeniem SITE Poland i stworzyła narzędzia do rozwoju polskiego produktu podróży motywacyjnych i spotkań firmowych. Projekt [Destination Poland](#) jest narzędziem online i opiera się na ofercie miejskich i regionalnych convention bureaux oraz zasobach, wiedzy i doświadczeniu Poland Convention Bureau POT i SITE Poland. To kolejne rozwiązanie, po katalogu Poland Online Site Inspection, skierowane do branży MICE.

Nie jest łatwo zaskoczyć podróżujących po całym świecie organizatorów incentive oraz ich klientów – tym bardziej w ich rodzinnym kraju. Mimo wszystko Polska ma wszystkie niezbędne atrybuty, aby stać się atrakcyjnym kierunkiem na tego typu wyjazdy. I nie chodzi w tym przypadku o gości z zagranicy, ale o rodzimych klientów. Udowadniają to podróże studyjne z cyklu Destination Poland: „Dawno Cię tu nie było – spotkajmy się w Polsce” realizowane przez Poland Convention Bureau POT we współpracy z lokalnymi biurami marketingu miejsc.



Rafał Szlachta

prezes Polskiej Organizacji Turystycznej

” Poprzez działania promocyjne prowadzone od wielu lat przez PCB POT, a także firmy DMC (Destination Management Company), oferta Polski z powodzeniem dociera do zagranicznych organizatorów konferencji, kongresów i podróży motywacyjnych. Pandemia spowodowała jednak, że musieliśmy wyjść poza te tradycyjne schematy i poszukać nowych rozwiązań, odpowiadających aktualnym realiom. Stąd pomysł, aby tworzyć i promować polski produkt incentive także wśród klientów krajowych. Jego częścią są wizyty studyjne, nie bez przyczyny uznawane za jedno z najprostszych, ale i najbardziej efektywnych narzędzi promocji. Nic nie zastąpi przecież kontaktu twarzą w twarz i osobistego poznania danego miejsca, zobaczenia na żywo jego atrakcji, poczucia lokalnych smaków a przede wszystkim poznania lokalnych ambasadorów miejsca – powiedział **Rafał Szlachta**, prezes POT. ”

Nie bez znaczenia w promocji Polski pozostaje oczywiście fakt, że pandemia i spowodowane nią utrudnienia w podróżowaniu po świecie mocno ograniczyły organizację zagranicznych projektów incentive. Tego typu imprezy już się co prawda odbywają, ale niepewne scenariusze, związane chociażby z zapowiadaną czwartą falą zachorowań, powodują, że łatwiej przygotować taki wyjazd w kraju. A to okazja, którą warto wykorzystać.



Grażyna Grot-Duziak
prezes SITE Poland

” Jest po prostu bardziej przewidywalnie. Zarówno jeżeli chodzi o bezpieczeństwo sanitarne, ale też kwestie logistyczne. Decydując się na Polskę minimalizujemy ryzyko niepowodzenia związane m.in. z zamknięciem granic, odwołaniem lotów czy wahaniami kursów walut. Możemy efektywniej zarządzać ryzykiem, a w przypadku konieczności odwołania projektu w danym terminie, łatwiej jest porozumieć się z podwykonawcami i dostawcami. Z drugiej strony nawet najlepiej zaprojektowany i bezpieczny program oraz największa chęć spotkania się nie wygra z procedurami czy przepisami, w tym przede wszystkim zakazem podróżowania i spotkania się w wielu firmach. Jak długo będzie nam towarzyszyła niepewność i nagła zmiana tak długo trudno będzie mówić o systematycznych przyrostach realizacji projektów w Polsce oraz przewidywać wyniki na kolejne okresy. – przyznała **Grażyna Grot-Duziak, prezes SITE Poland (Weco-Travel).** ”

Podróże studyjne, realizowane w ramach Destination Poland, zwracają uwagę na krajową ofertę incentive, często odkrywając nowy potencjał znanych i mniej znanych miejsc. Do tej pory członkom SITE Poland w ten sposób zaprezentowały się Wrocław i region, Łódź, Kraków oraz Lublin i region.

” Potencjał tych miejsc jest ogromny. Każda wizyta była przygotowana z największą pieczołowitością, organizatorzy chcieli pokazać nam jak najwięcej bardzo różnorodnych atrakcji. Znakomicie im się to udało. Nie bez znaczenia jest też wielka gościnność i zaangażowanie ludzi, którzy nas przyjmowali. Mamy teraz wiele gotowych pomysłów, z których możemy tworzyć ciekawe programy dla grup. Nasza wiedza i doświadczenie pozwalają na tej bazie budować ciekawe scenariusze, które mogą konkurować z wyjazdami zagranicznymi. Oprócz tego nawiązaliśmy masę kontaktów – możemy liczyć na informację, wsparcie i rekomendacje ze strony nowo poznanych partnerów. To bezcenne, szczególnie że zainteresowanie polskim produktem incentive dopiero się tworzy, nabiera rozpędu. To jest proces, który musi zająć trochę czasu. Wierzę, że klienci dadzą się namówić na wyjazd incentive w Polsce, a rynek wkrótce się odrodzi – powiedziała **Grażyna Grot-Duziak.** ”



Aneta Książek
Poland Convention Bureau

” Na przestrzeni ostatnich kilkunastu miesięcy Polska stała się czasowym beneficjentem zawieszenia podróży zagranicznych, dotyczy to podróży motywacyjnych oraz spotkań pracowników polskich firm i organizacji. Mamy świetne produkty incentive – nie tylko na miarę Europy, ale i świata. Musimy je jednak lepiej poznać, ubrać w marketingowe obrazy, wykreować zainteresowanie nimi we własnym kraju. Przekonać klientów, że jest ciekawie i bezpiecznie. Temu służą nasze podróże studyjne. Mam nadzieję, że projekt będzie kontynuowany, a zlokalizowane w innych częściach Polski biura marketingu miejsc, będą zainteresowane wzięciem w nim udziału. Tym bardziej, że pojawiły się już pierwsze pozytywne efekty naszych działań w postaci nowych, potwierdzonych lub odbytych już wydarzeń. Koniec roku to dobry czas na podsumowania, ale i dalszą pracę służącą odbudowie i rozwojowi przemysłu spotkań Polsce – dodała **Aneta Książek z Poland Convention Bureau.** ”

Po raz pierwszy na potrzeby raportu *Przemysł Spotkań i Wydarzeń w Polsce 7* członków stowarzyszenia SITE Polska, organizatorów podróży motywacyjnych i spotkań biznesowych, przekazało informacje na temat 160 wydarzeń korporacyjnych i motywacyjnych oraz konferencji i kongresów, odbytych w Polsce w terminie 1 czerwca 2020 – 30 września 2021, w których każdorazowo uczestniczyło co najmniej 10 osób. Łącznie wszystkie one przyciągnęły niebagatelną liczbę 47 544 uczestników. Zleceniodawcami wydarzeń były firmy reprezentujące głównie branże: handlowo-usługową, medyczną i techniczną. Aż 71 proc. analizowanych wydarzeń odbyło się w formie stacjonarnej, wydarzeń wirtualnych i hybrydowych było odpowiednio – 16 proc. i 13 proc. Przeważająca część wydarzeń stacjonarnych odbyła się w obiektach zlokalizowanych w mniejszych miejscowościach, co odpowiada obecnym trendom związanym z poszukiwaniem bezpiecznych i mniej zatłoczonych miejsc. Jedynie 38 proc. analizowanych wydarzeń odbyło się w dużych i średnich miastach (liczące pow. 200 000 mieszkańców). Miastami, które przyciągnęły najwięcej wydarzeń były kolejno: Warszawa, Kraków i Gdańsk. Miesiącami w których najchętniej organizowano spotkania, głównie w wyniku polepszenia sytuacji epidemicznej, luzowania obostrzeń oraz dobrej aury umożliwiającej aktywności w plenerze, były kolejno: wrzesień, sierpień, lipiec oraz czerwiec.

160

wydarzeń zgłoszonych przez 7 członków stowarzyszenia SITE Polska dla grup liczących 10 i więcej osób, zorganizowanych w Polsce, w terminie od 1 czerwca 2020 do 30 września 2021 roku.

47 544

obsłużonych uczestników

Rodzaj wydarzenia



wydarzenia korporacyjne
58%

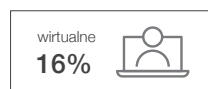
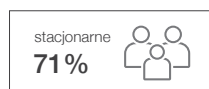


konferencje i kongresy
24%



wydarzenia motywacyjne
18%

Forma spotkania



Spotkania wg branży



handlowo-usługowa
48%



medyczna
26%



techniczna
20%



informatyczno-komunikacyjna
4%

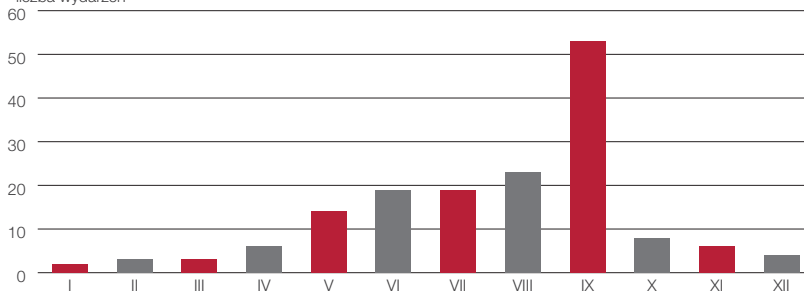


ekonomiczno-polityczna
2%

Sezonowość



liczba wydarzeń



Pochodzenie grupy

92% krajowe
8% zagraniczne

Rodzaj grupy



instytucje rządowe i organizacje publiczne
53%



przedsiębiorstwa
44%



stowarzyszenia i organizacje NON PROFIT
3%

Rodzaje obiektów, w których organizowano wydarzenia



hotele
70%



obiekty i sale na specjalne wydarzenia
27%



plener
3%



Program Ambasadorów Kongresów Polskich

SKKP STOWARZYSZENIE
KONFERENCJE I KONGRESY
W POLSCE



POLAND
CONVENTION
BUREAU



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA



Gospodarz
Gali Ambasadorów
Kongresów Polskich 2021