



Raport Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2010

Poland
Meetings & Events Industry
Report 2010



Move Your Imagination

Krzysztof Celuch

Ewa Dzedzic

Raport Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2010

Poland
Meetings & Events Industry
Report 2010

Autorzy / Authors:

mgr Krzysztof Celuch CMM, CITE – rozdział / chapter 1, 2, 3, 4, 5

dr hab Ewa Dzedzic, prof SGH – rozdział / chapter 1, 3.3.3, 4

Recenzent / Reviewer:

dr Bartłomiej Walas

Wydawca / Publisher:

Convention Bureau of Poland

Polska Organizacja Turystyczna / Polish Tourist Organisation

ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa

tel. +(48-22) 536 70 42, fax +(48-22) 536 70 04

e-mail: cbp@pot.gov.pl

www.poland-convention.pl, www.pot.gov.pl

© Copyright by Convention Bureau of Poland

ISSN: 2082-5676

Warszawa / Warsaw 2010

Projekt graficzny, skład i łamanie: Art Rodar s.c. Al. KEN 97/25, 02-777 Warszawa, www.artrodar.pl

Druk i oprawa: Geokart International Sp. z o.o. ul. Wita Stwosza 44, 35-113 Rzeszów, www.geokart.com.pl

1. Wstęp / Introduction	4
2. Polska w rankingach międzynarodowych organizacji przemysłu spotkań Poland in rankings of international organizations of Meetings Industry	5
2.1. Liczba spotkań w Polsce w latach 2000–2009 wg International Congress & Convention Association (ICCA) Number of meetings in the years 2000–2009 by the International Congress & Convention Association (ICCA)	5
2.2. Liczba spotkań w Polsce w latach 2003–2009 wg Union of International Association (UIA) Number of meetings in Poland in the years 2003–2009 by the Union of International Associations (UIA)	7
2.3. Porównanie statystyk ICCA oraz UIA w latach 2003–2009 dla Polski Comparison of ICCA and UIA statistics for the years 2003–2009 for Poland	9
2.4. Spis spotkań międzynarodowych stowarzyszeń w Polsce w 2009 roku wg ICCA List of meetings of international associations in Poland in 2009 by ICCA	10
3. Spotkania i wydarzenia w Polsce w 2009 roku w świetle badań krajowych Meetings and events in Poland in 2009 in the light of national surveys.....	13
3.1. Metodyka badań Research methodology	13
3.2. Charakterystyka próby badawczej Characteristics of the survey population	14
3.3. Analiza i wyniki badań Survey analysis and results	15
3.3.1. Analiza ilościowa (liczba uczestników wg tematu i rodzaju spotkania, liczba spotkań, miesięczna klasyfikacja spotkań i wydarzeń) Quantitative analysis (number of participants by topic and type of meetings, number of meetings, monthly classification of meetings and events)	15
3.3.2. Analiza jakościowa (kategoria i rodzaj spotkań, destynacje pochodzenia uczestników) Qualitative analysis (category and nature of meetings, origin-destinations of participants)	19
3.3.3. Analiza ekonomiczna spotkań i wydarzeń w Polsce w roku 2009 Economic analysis of meetings and events in Poland in 2009	27
4. Podsumowanie Summary	33
5. Słownik pojęć i skrótów Glossary of Terms and Abbreviations	34
6. Aneks – Turystyka biznesowa w Krakowie Appendix – Business Tourism in Cracow	35
7. Spis planowanych spotkań międzynarodowych stowarzyszeń w Polsce na lata 2011–2015 wg ICCA List of scheduled meetings of international associations in Poland for the years 2011–2015 according to ICCA.....	43
8. Spis rysunków i tabel List of figures and tables	44
9. Spis firm rekomendowanych przez CBP POT List of companies recommended by the CBP POT	46
10. Convention Bureau of Poland POT	48
11. Ankieta / Questionnaire	48

Raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry 2010” to pierwsza publikacja na rynku polskim, w której autorzy podejmują próbę zdefiniowania wielkości zjawiska jakim jest organizacja spotkań i wydarzeń wchodzących w skład szeroko rozumianej turystyki biznesowej.

Coraz częstsza potrzeba udowodnienia, iż przemysł spotkań jest istotną dziedziną gospodarki, która generuje znaczące zyski dla poszczególnych regionów w Polsce spowodowała, iż Convention Bureau of Poland działające w strukturach Polskiej Organizacji Turystycznej podjęło decyzję o podsumowaniu roku 2009 i przygotowaniu wieloczynnikowej inwentaryzacji spotkań i wydarzeń.

Pomysł zainicjowany w 2008 roku spotkał się z pozytywnym odbiorem wśród miejskich i regionalnych Convention Bureaux z Polski. Na tej podstawie został przygotowany plan działań, który miał doprowadzić do stworzenia publikacji obrazującej liczbę zorganizowanych, różnorodnych spotkań i wydarzeń w miastach i regionach, które są objęte działaniem jednostek Convention Bureaux.

Materiał zinwentaryzowany przez Convention Bureau of Poland POT objął w sumie 4 000 spotkań i wydarzeń, które odbyły się w ciągu dwunastu miesięcy. Analiza przedstawiona w poniższym raporcie jest oparta o normy przyjęte w studium dotyczącym turystyki związanej ze spotkaniem „Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry Developing a Tourism Satellite Account Extension”, opracowanym przez Światową Organizację Turystyki (UNWTO) oraz członków afiliowanych, w tym m. in. International Convention and Congress Association (ICCA), Meeting Professionals International (MPI) oraz Reed Travel Exhibitions. Zgodnie z normami UNWTO, w opracowaniach statystycznych brane są pod uwagę spotkania i wydarzenia spełniające takie warunki jak: skupiają minimum 10 uczestników, trwają co najmniej pół dnia tj. cztery godziny i więcej, miejsce (obiekt), w którym odbywa się spotkanie zostało opłacone specjalnie w tym celu.

Raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry 2010” jest pierwszym krokiem w celu oszacowania wielkości turystyki biznesowej w Polsce. Zarówno szczegółowe dane, jak i całość publikacji został omówiony na roboczych spotkaniach wśród polskich Convention Bureaux.

W imieniu Convention Bureau of Poland POT oraz miejskich i regionalnych Convention Bureaux serdecznie zapraszamy do lektury i mamy nadzieję, że ta publikacja będzie bodźcem dla prowadzenia szczegółowych analiz i zbierania danych dotyczących przemysłu spotkań i wydarzeń w Polsce.

Krzysztof Celuch, Ewa Dziedzic

This Report, “Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry 2010”, is the first publication on the Polish market, in which the authors attempt to define the size of the phenomenon which is the organization of meetings and events comprising for widely understood business tourism.

A growing need to prove that the meetings industry is an important branch of economy which generates substantial revenue for different regions in Poland caused that the Convention Bureau of Poland, acting within the structures of the Polish Tourist Organisation, has decided to summarize the year of 2009 and to prepare a multifactorial inventory of the meetings and events.

The idea launched in 2008, enjoyed a positive reception among city and regional Convention Bureaux in Poland. On this basis, an action plan had been prepared, which led to the development of publications describing a number of various meetings and events organized in towns and regions covered by city and regional Convention Bureaux (in Poland).

The material cataloged by the Convention Bureau of Poland POT involved 4 000 meetings and events that took place within twelve months. The analysis presented in the following report is based on the standards adopted in the study on tourism related to meetings, i.e. “Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry Developing a Tourism Satellite Account Extension” developed by the World Tourism Organisation (UNWTO) and its affiliated members, including the International Convention and Congress Association (ICCA), Meeting Professionals International (MPI) and the Reed Travel Exhibitions. Under UNWTO standards, the statistical studies take into account meetings and events satisfying such conditions as: gathering at least 10 participants, lasting for at least half a day, i.e. four hours or more, the site (venues) where the meeting was specifically paid for this purpose.

The Report, “Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry 2010”, is the first step to estimate the volume of business tourism in Poland. Both the details and the whole publicity was discussed at working meetings of the Convention Bureaux in Poland.

On behalf of the Convention Bureau of Poland POT and city and regional Convention Bureaux, you are kindly welcome to read this Report. We hope that this publication will be a stimulus to conduct detailed analysis and collect data relating to the meetings and events industry in Poland.

Krzysztof Celuch, Ewa Dziedzic

Polska w rankingach międzynarodowych organizacji przemysłu spotkań

Międzynarodowe rankingi wielokrotnie służą do budowania marki danej destinacji. Kraje oraz miasta zainteresowane przyciąganiem turystów indywidualnych oraz gości biznesowych również zwracają uwagę, aby ich pozycja była jak najwyższa i najsilniejsza.

W przypadku turystyki biznesowej wielokrotnie zarządy stowarzyszeń decydujące o mieście-gospodarzu dla swojego kongresu zwracają uwagę w złożonych ofertach na fakt, czy dane państwo/miasto było wcześniej wybierane i czy inne kongresy się tam odbywają. Świadczy to o tym, iż dana destinacja ma odpowiednią infrastrukturę i firmy, które w sposób profesjonalny mogą obsłużyć duże spotkanie stowarzyszeniowe.



Poland in rankings of international organizations of meetings industry

International rankings are frequently used to create a brand of a given destination. Countries and cities interested in attracting individual tourists and business guests would also like to have as high and strong position as possible.

In the case of business tourism, management boards of associations deciding on the selection of a congress host city, in the course of recognizing applications, take into account the fact whether a given country/city have been previously selected and whether other congresses are held there. This proves that a given destination has both appropriate infrastructure and businesses which are able to hold large association meeting in a professional manner.



Liczba spotkań w Polsce w latach 2000–2009 wg International Congress & Convention Association (ICCA)

Do najbardziej znanych i cenionych raportów obrazujących liczbę organizowanych spotkań stowarzyszeń w danym kraju należą publikacje International Congress and Convention Association (ICCA) oraz Union of International Associations (UIA). Są to dwie organizacje, które każdego roku przygotowują statystyki odnośnie przemysłu spotkań. Obydwa rankingi są bodźcem do dalszego rozwoju destinacji oraz niezmiernie istotnym elementem dla organizatorów kongresów.

ICCA jest organizacją reprezentującą ponad 900 firm i instytucji z 86 krajów w następujących obszarach związanych z obsługą spotkań stowarzyszeń w zakresie organizacji i koordynacji, transportu oraz zakwaterowania. ICCA układa swój ranking na podstawie zebranych danych o spotkaniach stowarzyszeń (association meetings) z podziałem na dwie kategorie: międzynarodowe stowarzyszenia rządowe (international governmental associations) oraz międzynarodowe stowarzyszenia pozarządowe (international non-governmental organizations/associations), które spełniają jednocześnie trzy warunki:

- odbywają się cyklicznie,
- skupiają minimum 50 uczestników,
- uczestnicy są z co najmniej trzech, różnych krajów.

Number of meetings in Poland in the years 2000–2009 according to the International Congress & Convention Association (ICCA)

The best known and highly regarded reports showing the number of meetings organized for associations in a given country are publications of the International Congress and Convention Association (ICCA) and the Union of International Associations (UIA). These are two organizations, which elaborate annual statistics on the meetings industry. Both rankings are a stimulus for the further development of the destination and often an essential issue for the congress organizers.

The ICCA is an organization representing over 900 companies and institutions from 86 countries in the following areas related to servicing meetings of associations in the organization and coordination, transport and accommodation. The ICCA prepares its own ranking on the basis of data collected on association meetings divided into two categories, i.e. meetings of international governmental associations and meetings of international non-governmental organizations/associations; they must satisfy the following three conditions:

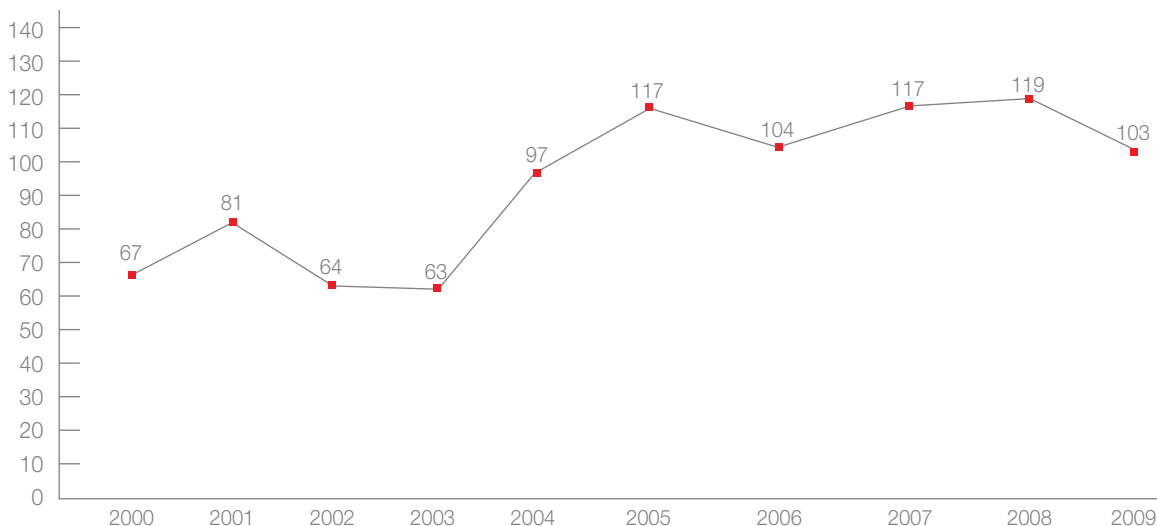
- are held periodically,
- gather a minimum of 50 participants,
- participants come from at least three different countries.

Na tej podstawie w ramach systematycznie prowadzonych analiz powstaje co roku raport „Statistics Report The International Association Meetings Market”. Dane tego raportu wykazują, iż w 2009 roku Polskę jako miejsce organizacji swojego spotkania wybrały ponad 103 stowarzyszenia zrzeszające ekspertów z różnych dziedzin tematycznych (Rys. 1).

On this basis and within the frameworks of the analysis systematically carried out every year, “Statistics Report – The International Association Meetings Market” is elaborated. Data in this report show that in 2009 Poland was the venue selected by more than 103 organizations associating experts in various subject areas (Fig. 1).

Rys. 1. Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce w latach 2000–2009 według ICCA

Fig. 1. Number of association meetings organized in Poland in the years 2000–2009 by ICCA



Źródło: Opracowanie własne na podstawie ICCA / Source: Own elaboration on the basis of ICCA data

ICCA w 2009 sklasyfikowała Polskę na 29. miejscu. W pierwszej trójce znalazły się natomiast: Stany Zjednoczone (595), Niemcy (458) oraz Hiszpania (360) (Rys. 2).

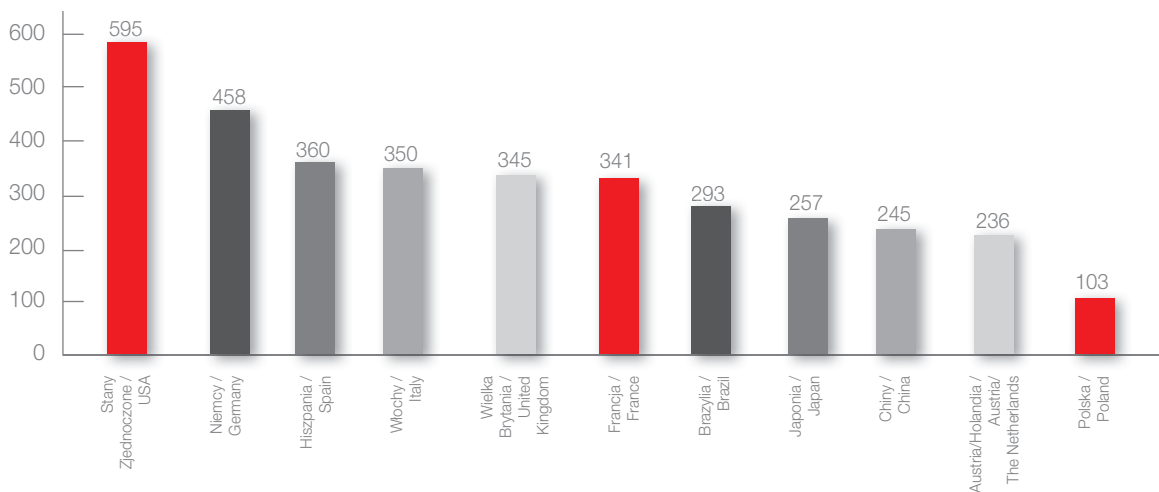
In 2009, the ICCA classified Poland on the 29th position. The top three were the United States (595), Germany (458) and Spain (360) (Fig. 2).

Biorąc pod wagę raport ICCA warto również zwrócić uwagę na klasyfikację miast. I tak w 2009 roku na 49. miejscu z 32. spotkaniami znalazła się Warszawa, na 53. miejscu z 30. spotkaniami Kraków, na 183. z 9. spotkaniami Poznań oraz na 231. miejscu Gdańsk z 7. spotkaniami (Rys. 3).

Given the importance of the ICCA report, attention should be also paid to the classification of cities. And so, in 2009, the 49th position was taken by Warsaw with 32 meetings, the 53th place by Cracow with 30 meetings, the 183rd position by Poznan with 9 meetings and the 231st by Gdańsk with 7 meetings. (Fig. 3)

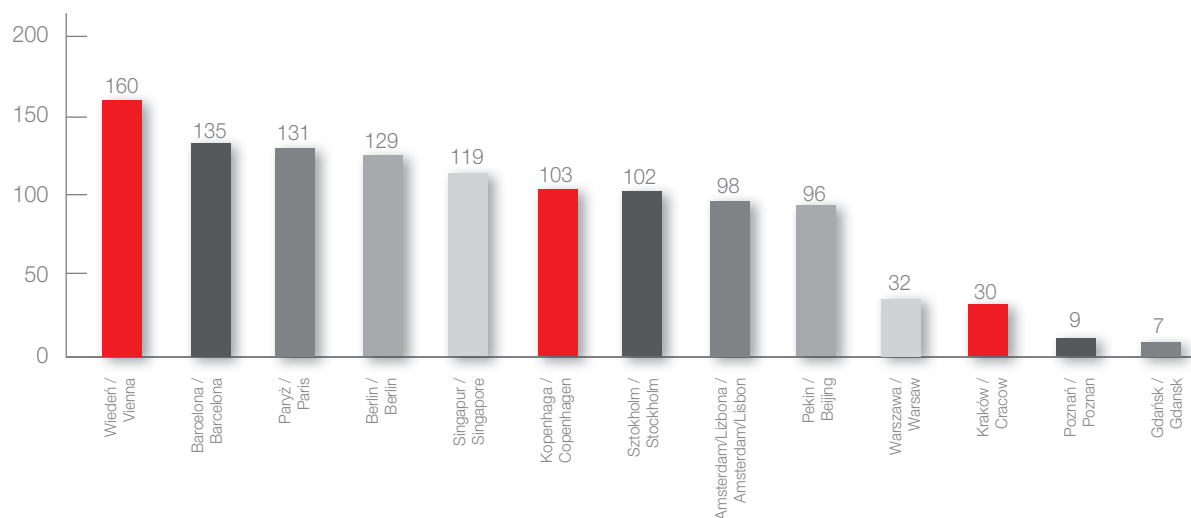
Rys. 2. Ranking państw na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2009 wg ICCA

Fig. 2. Ranking of countries based on the number of association meetings organized in 2009 by ICCA



Źródło: Opracowanie własne na podstawie ICCA / Source: Own elaboration on the basis of ICCA data

Rys. 3. Ranking miast na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2009 wg ICCA
 Fig. 3. Ranking of cities on the basis of the number of association meetings organized in 2009 by ICCA



Źródło: Opracowanie własne na podstawie ICCA / Source: Own elaboration on the basis of ICCA data

Liczba spotkań w Polsce w latach 2003–2009 wg Union of International Associations (UIA)

Number of meetings in Poland in the years 2003–2009 by the Union of International Associations (UIA)

2.2

Drugim, cennym z punktu widzenia światowych rankingów raportem, jest „International Meeting Statistics” wydawany przez Union of International Associations (UIA). UIA układa swój ranking na podstawie zebranych danych o międzynarodowych spotkaniach (international meetings), które spełniają jednocześnie cztery kryteria:

- trwają najmniej 3 dni,
- skupiają minimum 300 uczestników,
- uczestnicy pochodzą z minimum pięciu krajów,
- przynajmniej 40% uczestników pochodzi z zagranicy.

From the point of view of importance of world rankings, “International Meeting Statistics” report published by the Union of International Associations (UIA) could be the second one. UIA elaborates its ranking on the basis of data collected on international meetings, which simultaneously meet the four criteria:

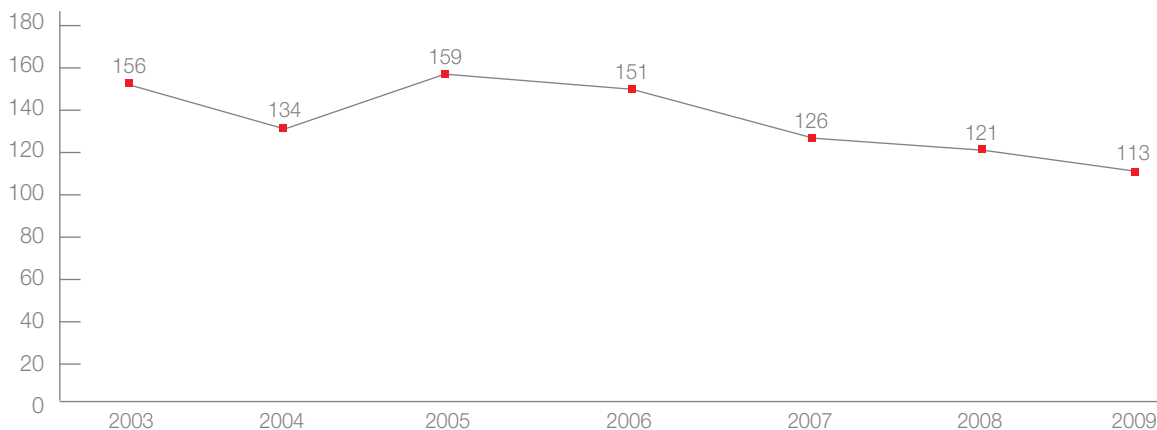
- lasts at least 3 days,
- gather a minimum of 300 participants,
- participants come from a minimum of five countries, and
- at least 40% of participants come from abroad.



Na podstawie tego źródła odnotowano, iż w 2009 odbyło się w Polsce 113 spotkań (Rys. 4). Natomiast do przodujących państw w roku 2009 należy zaliczyć Stany Zjednoczone, Singapur, Francję, Niemcy i Japonię (Rys. 5).

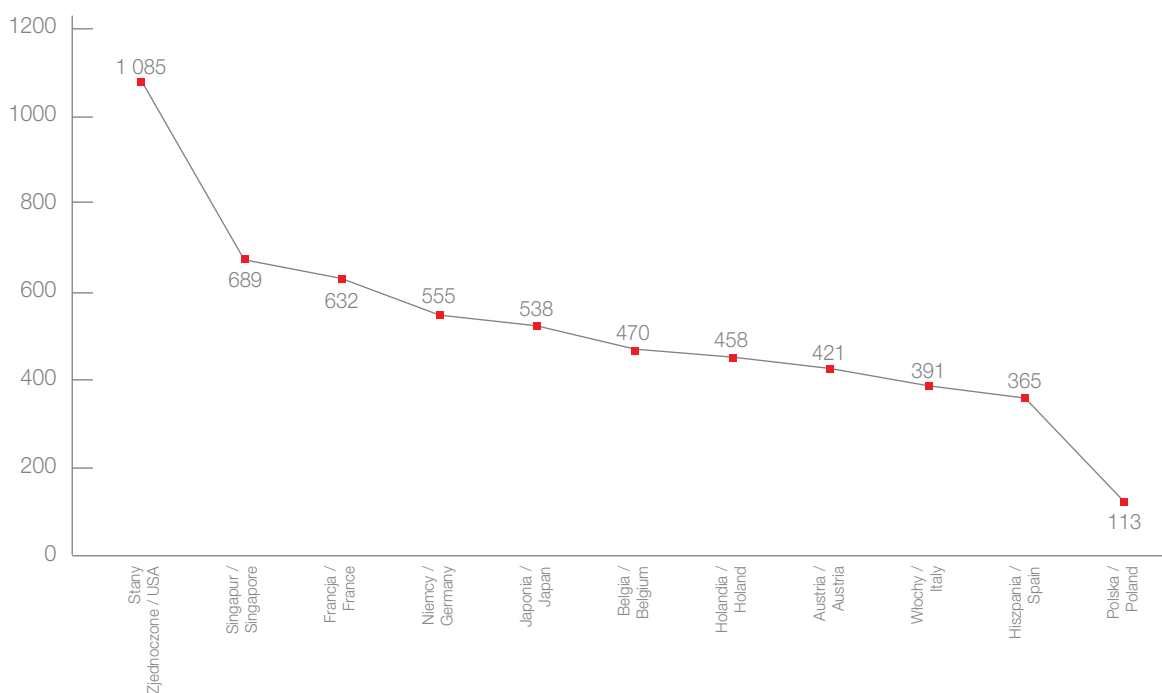
On the basis of this source, it was reported that there were 113 meetings held in Poland in 2009 (Fig. 4). However, the leading countries of 2009 included the United States, Singapore, France, Germany and Japan (Fig. 5).

Rys. 4. Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce w latach 2003–2009 według UIA
Fig. 4. Number of association meetings organized in Poland in the years 2003–2009 by UIA



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych UIA / Source: Own elaboration based on UIA data

Rys. 5. Ranking państw na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2009 wg UIA
Fig. 5. Ranking of countries based on the number of association meetings organized in 2009 by the UIA.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych UIA / Source: Own elaboration on the basis of ICCA data

Oba raporty (ICCA, UIA) analizują spotkania pod kątem takich kryteriów jak: liczba uczestników, dziedziny i tematyka oraz ich charakter. Różnorodność kryteriów stosowanych przez obydwie stowarzyszenia jest istotna jednak pomimo to ich wyniki są bardzo często porównywane. Ponadto obydwie organizacje wymieniają się danymi dotyczącymi spotkań stowarzyszeń, a ich członkowie mają dostęp do baz danych i szczegółów rekordów zarówno ICCA jak i UIA.

Both reports (i.e. of the ICCA, UIA) analyze meetings in terms of such criteria as number of participants, fields and topics, and their character. The diversity of criteria used by the two associations is important; however, despite of this, their results are often compared. In addition, the two organizations exchange data relating to association meetings and their members have access to databases and detailed records of both the ICCA and UIA.

Porównanie statystyk ICCA oraz UIA w latach 2003–2009 dla Polski

Comparison of ICCA and UIA statistics for the years 2003–2009 for Poland

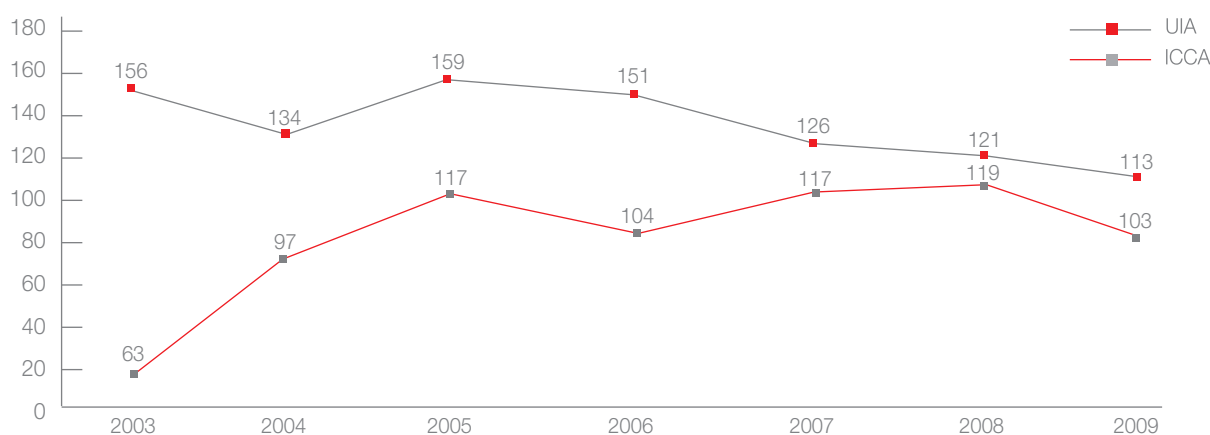
Liczba spotkań zakwalifikowanych przez International Congress and Convention Association (ICCA) oraz przez Union of International Associations (UIA) jest różna ze względu na różne wytyczne dotyczące prowadzenia zbioru danych statystycznych. Jednakże warto porównać i przedstawić w bezpośrednim zestawieniu liczbę zorganizowanych w Polsce spotkań. Poniżej przedstawiamy porównanie statystyk dotyczących liczby spotkań stowarzyszeń (Rys. 6).

Poniższy wykres ukazuje liczbę spotkań stowarzyszeń sklasyfikowanych przez ICCA i UIA w latach 2003–2009. W 2005 roku zgodnie z danymi UIA na terenie Polski zorganizowano najwięcej spotkań (159). Kolejnymi latami był rok 2003 – 156 spotkań oraz 2006 – 151 spotkań. Natomiast zgodnie z danymi ICCA najlepszym okazał się rok 2008 (119 spotkań). Natomiast najgorszymi latami zgodnie z danymi UIA okazał się rok 2009 (113 spotkań), a zgodnie z danymi ICCA rok 2003 (63 spotkania).

The number of meetings classified by the International Congress and Convention Association (ICCA) and by the Union of International Associations (UIA) is different because of different guidelines on the conduct of statistical data sets. However, it is worth comparing and presenting the number of meetings held in Poland in a direct summary. Below, we are presenting a comparison of statistics on the number of association meetings (Fig. 6).

The chart below shows the number of association meetings scheduled by the ICCA and UIA for the years 2003–2009. According to the UIA data, most meetings (159) on the Polish territory were held in 2005. The subsequent years were 2003 (156 meetings) and 2006 (151 meetings). According to the ICCA, however, the best year was 2008 (with 119 meetings). The worst years were 2009 (with 113 meetings) and 2003 (with 63 meetings) according to the UIA and the ICCA, respectively.

Rys. 6. Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce według statystyk stowarzyszeń ICCA/UIA w latach 2003–2009
Fig. 6. Number of association meetings organized in Poland according to ICCA/UIA statistics in the years 2003–2009



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ICCA i UIA / Source: Own elaboration on the basis of ICCA and UIA data



Spis spotkań
międzynarodowych
stowarzyszeń w Polsce
w 2009 roku wg ICCA

List of meetings
of international associations
in Poland in 2009
according to ICCA

Data / Date	Wydarzenie / Event title	Gdzie / Where
16-22.01.2009	General Conference of the International Association for the Exchange of Students for Technical Experience -IAESTE-	Warsaw
20-23.01.2009	3 IQPC Eastern European Shared Services 2009	Cracow
22-22.01.2009	Lifelong learning Info Days 2009	Warsaw
09-13.02.2009	Congress of the Gesellschaft fuer Angewandte Mathematik und Mechanik -GAMM-	Gdansk
17-19.02.2009	4 International Bakery & Biscuit Convention	Warsaw
26-28.02.2009	29 European Workshop for Rheumatology Research	Warsaw
22-25.03.2009	7 Spring Meeting of the International Society of Electrochemistry -ISE-	Szczyrk
01-02.04.2009	7 ERA Regional Airline Conference	Warsaw
05-08.04.2009	Focus on Microscopy -FOM 2009-	Cracow
15-18.04.2009	Annual Conference of the European Chemistry Thematic Network Association -ECTN-	Poznan
24-29.04.2009	16 International Conference of Young Scientists -ICYS 2009-	Pszczyna
26-29.04.2009	Spring Meeting of the Solution Mining Research Institute -SMRI-	Poznan
28-05.05.2009	Conference of the Reiki Alliance	Cracow
30-02.05.2009	58 International Congress of the European Society of Cardiovascular Surgery -ESCVS-	Warsaw
07-09.05.2009	16 Trainees Meeting of the International Society of Orthopaedic Surgery -SICOT-	Kolobrzeg
07-11.05.2009	ISAF Council, Events Committee & Executive Committee Mid Year Meetings	Warsaw
08-09.05.2009	European Social Network Seminar	Warsaw
10-14.05.2009	11 Biennial Workshop of the European Microbeam Analysis Society -EMAS-	Gdansk
10-15.05.2009	International Public Television Screening Conference -INPUT '09-	Warsaw
13-15.05.2009	International Conference of the Academic Cooperation Association -ACA- 2009	Warsaw
15-17.05.2009	9 European Symposium on Paediatric Cochlear Implantation	Warsaw
15-17.05.2009	2009 Locksmiths Convention -ELF-	Warsaw
24-27.05.2009	37 Congress of the European Parent Organization of Toll Motorway Concessionaires -ASECAP-	Cracow
31-03.06.2009	17 European Conference on General Thoracic Surgery -ESTS-	Cracow
03-06.06.2009	14 Congress of the Federation of the European Societies for Surgery of the Hand -FESSH-	Poznan
04-08.06.2009	2009 Congress of the Union of European Foresters -UEF-	Jedlnia Letnisko
04-05.06.2009	67 European Euroconstruct Conference	Warsaw
06-10.06.2009	28 Annual Meeting of the European Academy of Allergology and Clinical Immunology -EAACI 2009-	Warsaw
06-09.06.2009	Common Europe Congress for IBM Computer Users	Cracow
10-13.06.2009	8 International Gastric Cancer Congress -IGCC-	Cracow

Data / Date	Wydarzenie / Event title	Gdzie / Where
10-13.06.2009	18 Annual Conference of the European Distance and E-Learning Network -EDEN-	Gdansk
11-14.06.2009	Association of Independent Tour Operators Conference -AITO-	Gdansk
14-17.06.2009	19 European Symposium on Computer Aided Process Engineering -ESCAPE 19-	Cracow
15-17.06.2009	EUROGEN 2009	Cracow
15-19.06.2009	International Conference on String Phenomenology 2009	Warsaw
18-18.06.2009	UNIFE General Assembly 2009	Warsaw
18-21.06.2009	7 Annual Conference of the International Society for Neoplatonic Studies -ISNS-	Cracow
21-25.06.2009	11 European Ceramic Society Conference	Cracow
21-24.06.2009	32 International Conference on Vacuum Microbalance and Thermoanalytical Techniques -IVMTC 32-	Kazimierz
22-26.06.2009	Isotope Workshop 10	Lesna
22-25.06.2009	MobiSys 2009 The International Conference on Mobile Systems, Applications and Services	Cracow
22-27.06.2009	13 International Symposium on Trichoptera	Bialowieza
23-24.06.2009	12 International Property Tax Institute Conference	Warsaw
24-27.06.2009	36 International Congress of Electrocardiology	Wroclaw
24-25.06.2009	Regional Annual Meeting of the Society for Sedimentary Geology Central European Section -SEPM/CES- -SEDIMENT 2009-	Cracow
28-03.07.2009	7 World Conference on Experimental Heat Transfer, Fluid Mechanics and Thermodynamics -ExHFT-7-	Cracow
29-03.07.2009	3 Conference of the European Survey Research Association -ESRA-	Warsaw
29-02.07.2009	4 International Conference on Advances in Computational Multibody Dynamics	Warsaw
05-09.07.2009	16 International Congress of Sound and Vibration -ICSV16-	Cracow
05-10.07.2009	ESF Mathematics Conference in partnership with EMS and ERCOM	Bedlewo
07-15.07.2009	31 International Conference on Cosmic Ray -ICRC-	Lodz
08-11.07.2009	41 Conference of the European Group for Atomic Systems -EGAS-	Gdansk
16-22.07.2009	International Europhysics Conference on High Energy Physics -HEP 2009-	Cracow
16-26.07.2009	Annual Congress of the International Veterinary Students Association -IVSA-	Warsaw
18-25.07.2009	59 Conference of the International League of Christian Esperantists -KELI-	Wroclaw
19-25.07.2009	7 International Symposium on Vibrations of Continuous Systems -ISVCS7-	Zakopane
25-01.08.2009	94 World Congress of the Universal Esperanto Association -UEA-	Bialystok
26 - 31.07.2009	19 International Symposium on Ionic Polymerization -IP 2009-	Cracow
10-17.08.2009	19 Symposium of the International Kodaly Society -IKS-	Katowice
25-29.08.2009	49 Congress of the European Regional Science Association -European RSA-	Lodz
26-30.08.2009	64 Congress of the Liga Medicorum Homeopathica Internationalis -LMHI-	Warsaw
26-30.08.2009	European Social Cognition Network Transfer of Knowledge Conference -ESCON TKC 2009-	Warsaw
26-29.08.2009	European Congress of Epidemiology	Warsaw
28-02.09.2009	28 European Symposium on Occultation Projects -ESOP 2009-	Niepolomice
31-03.09.2009	12 European Conference on Fire Retardant Polymers -FRPM 09-	Poznan
31-31.08.2009	Congress of the International Rowing Federation -FISA-	Poznan

Data / Date	Wydarzenie / Event title	Gdzie / Where
02-05.09.2009	16 Conference of the European Society for Cognitive Psychology -ESCOP 2009-	Cracow
02-04.09.2009	17 International Symposium on the Fundamentals of Computation Theory -FCT 2009-	Wroclaw
03-09.09.2009	15 Meeting of the ICAZ Fish Remains Working Group	Poznan/Torun
04-13.09.2009	Congress of Union Internationale du Cinema Non Professionnel -UNICA-	Gdansk
05-10.09.2009	13 Congress of the European Society for Photobiology -ESP-	Wroclaw
06-08.09.2009	International Meeting Peoples and Religions	Cracow
09-13.09.2009	27 Conference of the European Society for Veterinary Pathology -ESVP-	Cracow
09-11.09.2009	2 Joint IFIP Wireless and Mobile Networking Conference -WMNC 2009-	Gdansk
10-13.09.2009	1 Congress of the European Society for Paediatric Anaesthesiology	Warsaw
11-12.09.2009	3 North Eastern European Meeting of the European Association of Urology -NEEM-	Szczecin
11-12.09.2009	25 Scientific Meeting of the European Embryo Transfer Association -AETE-	Poznan
15-18.09.2009	33 International Conference of Safety in Mines Research Institutes	Wisla
27-30.09.2009	5 International Conference on Work Environment and Cardiovascular Diseases	Cracow
05-07.10.2009	10 International Conference on Web Information System Engineering -WISE 2009-	Poznan
05-06.10.2009	14 EIONET Workshop on Air Quality Management and Assessment	Warsaw
06-10.10.2009	21 International Maritime English Conference -IMEC 21-	Szczecin
07-10.10.2009	Annual Conference of the Association of European Manufacturers of Self-Adhesive Tapes -AFERA-	Cracow
09-11.10.2009	2009 European Chapter Leaders Forum	Cracow
12-16.10.2009	Algebra, Geometry, and Mathematical Physics 5 Baltic-Nordic Workshop AGMF -2009-	Bedlewo
15-17.10.2009	12 Congress of the International College of Out-patient Gyneacology	Cracow
15-16.10.2009	17 Annual General Meeting of the International Network of Accountants and Auditors -INAA-	Warsaw
16-18.10.2009	Montessori Europe Congress 2009	Cracow
19-21.10.2009	CIVITAS Forum Conference 2009 City-VITAlity-Sustainability Forum Conference	Cracow
21-24.10.2009	18 EuroSpine 2009	Warsaw
04-06.11.2009	18 International Conference on Tissue Banking -EATB-	Cracow
04-05.11.2009	9 Annual CIS, Central and Eastern Europe Airline Engineering and Maintenance	Warsaw
05-06.11.2009	Autumn General Meeting of the European Metropolitan Transport Authorities -EMTA-	Warsaw
08-10.11.2009	9 Annual Meeting of the Eastern European Seed Network -EESNET-	Cracow
19-19.11.2009	1 workshop Iron Curtain Trail	Warsaw
19-22.11.2009	14 Annual Europa Cinemas Conference	Warsaw
20-22.11.2009	Conference of the Business English Special Interest Group of IATEFL -BESIG-	Poznan
25-25.11.2009	31 General Assembly of the Association of Schools of Public Health in the European Region -ASPHER-	Lodz
26-28.11.2009	Annual Meeting of the European Public Health Association -EUPHA-	Lodz
03-04.12.2009	Meeting of the European Regulators Group -ERG-	Warsaw
07-12.12.2009	3 UNEP Central and Eastern Europe SAICM Regional Meeting	Lodz
2010	19 International Colloquium on Animal Cytogenetics and Gene Mapping -ICACGM-	Cracow

Spotkania i wydarzenia w Polsce w 2009 roku w świetle badań krajowych

Meetings and events in Poland in 2009 in the light of national surveys

3.



Metodyka badań

Research methodology

3.1

Raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings & Events Industry Report 2010” został przygotowany przez Convention Bureau of Poland Polskiej Organizacji Turystycznej przy współpracy z Katedrą Turystyki Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.

Głównym celem raportu jest zidentyfikowanie wielkości organizowanych na terenie Polski w 2009 roku spotkań i wydarzeń (m.in. społecznych, politycznych, gospodarczych).

Badanie było skierowane do osób zbierających dane statystyczne w obiektach organizujących spotkania i wydarzenia. W badaniu – zgodnie z przyjętym wzorem przez miejskie i regionalne Convention Bureaux – zostały wyodrębnione cztery grupy: konferencja/kongres, wydarzenie korporacyjne, wydarzenie motywacyjne, targi/wystawy.

Termin „konferencja/kongres” określa krajowe i międzynarodowe spotkania stowarzyszeń (association meetings) bez wyraźnego podziału na spotkania rządowe i pozarządowe (governmental, non-governmental meetings).

Termin „wydarzenie korporacyjne” określa wydarzenie firmowe (corporate event) ze szczególnym zwróceniem uwagi na szkolenia, warsztaty, seminaria, konferencje prasowe, premiery produktów.

Termin „wydarzenie motywacyjne” określa podróż, wyjazd motywacyjny o charakterze gratyfikacyjnym, uznaniowym.

Termin „targi/wystawy” jest dedykowany do dużych wydarzeń o dowolnej tematyce zazwyczaj odbywających się na terenie obiektów targowych.

Założenia i cele zostały zweryfikowane na podstawie analizy ilościowo-jakościowej oraz ujęte również w kontekście

The Report „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings & Events Industry Report 2010” was prepared by the Convention Bureau of Poland of the Polish Tourist Organisation in cooperation with the Department of Tourism of the Warsaw School of Economics.

The main purpose of this report is to identify the volumes of meetings and events (including – among others – social, political and economic ones) held in the Polish territory in 2009.

The survey was addressed to persons collecting statistical data in the venues which are organize meetings and events. In the survey, four groups (a conference/congress, a corporate event, a motivational event and fairs/exhibitions) had been identified according to the pattern accepted by city and regional Convention Bureaux.

The term of a “conference/congress” means national and international association meetings without a clear distinction between governmental and non-governmental meetings.

The term of a “corporate event” means a corporate event with particular emphasis on trainings, workshops, seminars, press conferences, product launches.

The term of a “incentive trip” means a journey or an motivational event of gratifying and/or discretionary nature.

The term of “trade fairs/exhibitions” is dedicated to major events on any optional topic usually held at the trade fair venues.

The aims and objectives have been revised on the basis of quantitative and qualitative analysis, and expressed also in

branżowym z podziałem na spotkania i wydarzenia mieszczące się w następujących grupach tematycznych: humanistyczne, technologiczne, informatyczno-komunikacyjne, ekonomiczno-polityczne oraz medyczne.

Zakres podmiotowy analizy objął spotkania i wydarzenia, które odbyły się na terenie polskich miast w 2009 roku, ze szczególnym zwróceniem uwagi na miasta i regiony, w których funkcjonują jednostki Convention Bureaux.

Przyjętymi kryteriami analizy spotkań i wydarzeń są:

1. liczba uczestników i ich narodowości
2. czas trwania krajowych i międzynarodowych spotkań oraz wydarzeń
3. kategorie i rodzaje spotkań i wydarzeń
4. szacunkowa wartość na terenie Polski

W celu przygotowania odpowiedzi na wyżej wymienione założenia w 2008 roku miejskie i regionalne Convention Bureaux przygotowały wzór ankiety, który został zaakceptowany przez wszystkie instytucje i następnie wprowadzony w regionach. Zbieranie danych do ankiet odbywało się w 2009 roku.

Zakres przedmiotowy badania objął obiekty, które miały możliwość gościć spotkania i wydarzenia zgodnie z określonymi wytycznymi, w tym m.in.

- hotele,
- centra konferencyjno-targowe,
- uczelnie wyższe wynajmujące sale pod organizację spotkań i wydarzeń,
- obiekty kulturalne wynajmujące sale pod organizację spotkań i wydarzeń,
- obiekty historyczne (zamki, pałace, dwory)
- inne.

3.2

Charakterystyka próby badawczej

W badaniu wzięło udział 70 obiektów, w których istnieje możliwość organizacji spotkań i wydarzeń w Polsce.

Ankieta została przekazana do dziewięciu miejskich i regionalnych Convention Bureaux, z czego siedem, przekazało jej wyniki zgodnie z wcześniej ustalonymi wytycznymi. W przypadku Krakow Convention Bureau, w tym samym czasie, zostały uruchomione badania lokalne, których wyniki zostały ujęte w tej publikacji w formie aneksu, natomiast od kolejnej edycji Raportu „Przemysł spotkań w Polsce – Poland Meetings Industry Report” będą one automatycznie brane pod uwagę w wyżej wymienionej publikacji.

Wśród badanych obiektów dominowały hotele. Ponadto istotne dla badania były również centra konferencyjno-targowe, uczelnie wyższe oraz obiekty kulturalne i historyczne

Podsumowując warto odnotować, że analizowane obiekty stanowią jedynie fragment wszystkich, które mają możliwość goszczenia spotkań i wydarzeń związanych z przemysłem spotkań. Natomiast są to obiekty, z którymi współpraca dotycząca zbierania szczegółowych danych może zaowocować w przyszłości powstaniem szczegółowego materiału dotyczące charakteru organizowanych na terenie Polski spotkań stowarzyszeń oraz wydarzeń korporacyjnych.

the context of a brand with division for meetings and events according to the following thematic groups: humanities, technology, information and communication, economics and politics, and medicine.

The subjective scope of the analysis involved meetings and events that took place in the Polish towns in 2009, with a special emphasis on city and regions in which the Convention Bureaux operate.

The criteria adopted for the analysis of meetings and events are:

1. number of participants and their nationality
2. duration of national and international meetings and events
3. categories and types of meetings and events
4. the estimated value in the Polish territory

In order to prepare a response to the abovementioned assumptions, city and regional Convention Bureaux prepared a model questionnaire in 2008, which was accepted by all institutions and then introduced in the regions. Data collection for the survey took place in 2009.

The scope of the survey covered facilities that had the opportunity to host meetings and events in accordance with certain guidelines, including

- hotels,
- trade fairs and conference centres,
- colleges and universities renting rooms for meetings and events,
- cultural facilities renting rooms for meetings and events,
- historical buildings (castles, palaces, mansions),
- other.

Characteristics of the survey population

The survey involved 70 venues in which it is possible to organize meetings and events in Poland.

The questionnaire had been sent to nine city and regional Convention Bureaux; seven of them sent its results in accordance with previously established guidelines. In the case of the Krakow Convention Bureau, local surveys were launched at the same time and their results have been included in this publication as an appendix. They will be automatically taken under consideration in the following edition of the „Przemysł spotkań w Polsce – Poland Meetings Industry Report”.

Hotels dominated over other surveyed venues. In addition, conference and trade fair centres, universities, cultural and historic facilities were also of importance for the survey.

In conclusion, it is worth noting that the analyzed venues are only part of all facilities with the ability to host meetings and events relating to meetings industry. However, further cooperation on the collection of detailed data with these facilities may bear fruit in the creation of a detailed study on the nature of association meetings and corporate events organized in the Polish territory.



Analiza i wyniki badań

Raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry Report 2010” obejmuje analizę 4 000 spotkań i wydarzeń z dziedziny gospodarki, kultury oraz polityki, które odbyły się w Polsce w 2009 roku. Publikacja zawiera analizę jakościową, ilościową oraz ekonomiczną, która w dużej mierze poświęcona jest szczegółom dotyczącym spotkań i wydarzeń oraz zawiera skrócone analizy poszczególnych zagadnień.

Analiza ilościowa (liczba uczestników wg tematu i rodzaju spotkania, liczba spotkań, miesięczna klasyfikacja spotkań i wydarzeń)

Analizę ilościową rozpoczniemy od charakterystyki miesięcy, w których odbyło się najwięcej spotkań i wydarzeń (Tab. 1).

Survey analysis and results

„Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry Report 2010” includes an analysis of 4 000 meetings and events in the field of economy, culture and politics that took place in Poland in 2009. The publication contains an qualitative, quantitative and economic analysis which is largely devoted to the details of the meetings and events, and provides summary analysis of particular issues.

Quantitative analysis (number of participants by topic and type of meetings, number of meetings, monthly classification of business meetings and events)

Our quantitative analysis is beginning with the characteristics of the months in which most of the meetings and events took place (Table 1).

3.3

3.3.1

Tab. 1. Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w 2009 roku / Table 1. Seasonal nature of meetings and events in 2009 quantitatively by month

Miesiące / Months	Liczba / Number	%
Styczeń / January	270	7
Luty / February	252	6
Marzec / March	343	9
Kwiecień / April	347	9
Maj / May	334	8
Czerwiec / June	351	9
Lipiec / July	214	5
Sierpień / August	183	5
Wrzesień / September	569	14
Październik / October	418	10
Listopad / November	436	11
Grudzień / December	283	7
Razem / Total	4 000	100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

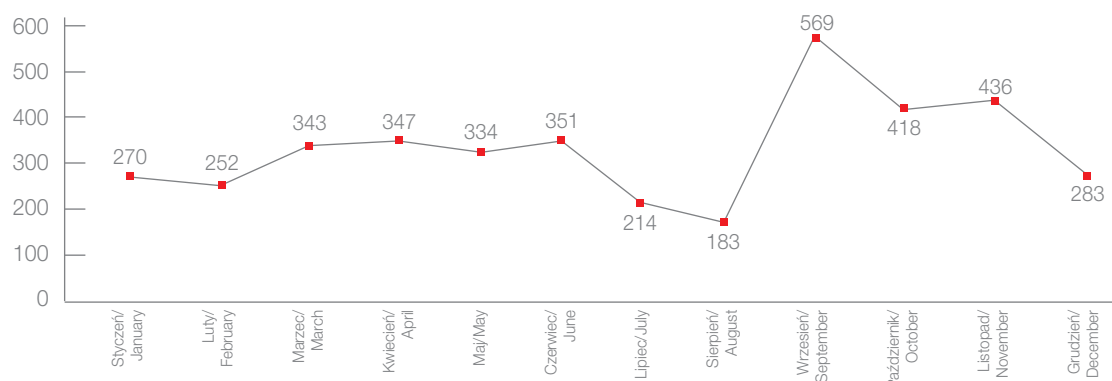
Najlepszym miesiącem z punktu widzenia liczby spotkań i wydarzeń okazał się wrzesień, w którym odbyło się ich 569, co dało 14% w skali roku. Na kolejnych miejscach zostały sklasyfikowane listopad (436 – 11%) i październik (418 – 10%). Kolejne były miesiące wiosenne. Natomiast lipiec i sierpień to okres, w którym odbyło się najmniej spotkań i wydarzeń (po ok. 5%).

Okresem, w którym można zaobserwować największą równowagę jest wiosna, gdzie w każdym z miesięcy: marzec, kwiecień, maj, czerwiec odbyło się ponad 330 spotkań i wydarzeń (Rys. 7).

The best month in terms of the number of meetings and events was September, when 569 meetings and events were held which amounted for 14% compared with the whole year. November (436 – 11%) and October (418 – 10%) were classified on the following two position. They were followed by the spring months. On the other hand, July and August were the periods where least meetings and events took place (about 5%) held.

The biggest balance was recorded in the spring, where in each of the months, i.e. in March, April, May and June, over 330 meetings and events was held (Fig. 7).

Rys. 7. Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w 2009 roku / Fig. 7. Seasonal nature of meetings and events in 2009 quantitatively by month



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

Istotnym elementem, który został przebadany jest długość spotkań i wydarzeń w 2009 roku. I tak, wszystkie omawiane powyżej, zostały podzielone na trzy grupy ze względu na ich długość trwania. Ponad 93%, co daje 3 718 wszystkich spotkań/wydarzeń trwało mniej niż 3 dni (Tab. 2). W tabeli 2 zostały również ujęte te, które trwały od 4 do 10 dni (5%) oraz powyżej 11 dni (2%) (Rys. 8).

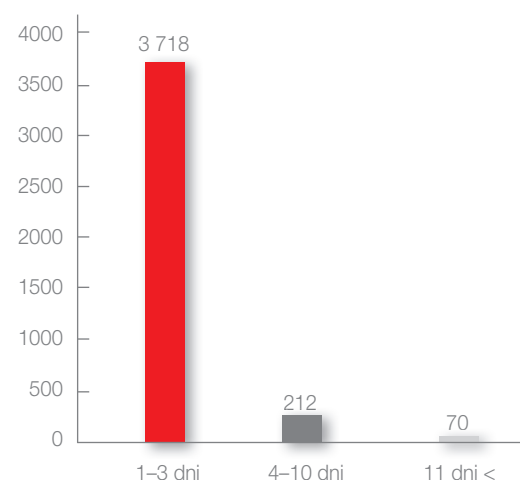
An important element that has been surveyed is the duration of the meetings and events in 2009. And so all of the meetings and events discussed above were divided into three groups according to their duration. More than 93% of them, which amounts for the total of 3 718 meetings / events, lasted less than 3 days. (Table 2). Table 2 also takes into account those which lasted from 4 to 10 days (5%) and more than 11 days (2%) (Fig. 8).

Tab. 2. Liczba spotkań i wydarzeń według długości / Table 2. Number of meetings and events by duration

Liczba dni / Numbers of days	Liczba / Amount	%
1–3 dni / days	3 718	93
4–10 dni / days	212	5
11 < dni / days	70	2
Razem / Total	4 000	100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Own elaboration on the basis of CBP POT data

Rys. 8. Liczba spotkań i wydarzeń według długości / Fig. 8. Number of meetings and events by duration



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

Analizie ilościowej została również poddana liczba uczestników według rodzaju organizowanego spotkania i wydarzenia. W 2009 roku wzięło w nich udział w Polsce 1 321 062 uczestników. Spotkania i wydarzenia zostały podzielone na pięć rodzajów tematycznych zgodnie z przyjętymi kategoriami przez regiony i miasta, które przygotowują lokalne opracowania (Tab. 3).

Quantitative analysis was also applied to the number of participants by a subject matter of the meetings and events. In 2009, 1 321 062 participants took part in them in Poland. Meetings and events have been divided into five thematic categories in accordance with the models adopted by the regions and cities preparing local elaborations (Table 3).

Tab. 3. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według rodzaju / Table 3. Number of participants by the subject area of meetings and events

Rodzaj spotkania / wydarzenia Meeting / event type	Liczba uczestników / Number of participant	%
medyczne / medicine	157 443	12
technologiczne / technology	181 624	14
informatyczne/komunikacyjne / information and communication technologies	86 556	7
ekonomiczne/polityczne / economy/politics	104 028	8
humanistyczne / humanities	791 411	60
Razem / Total	1 321 062	100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration based on CBP POT data

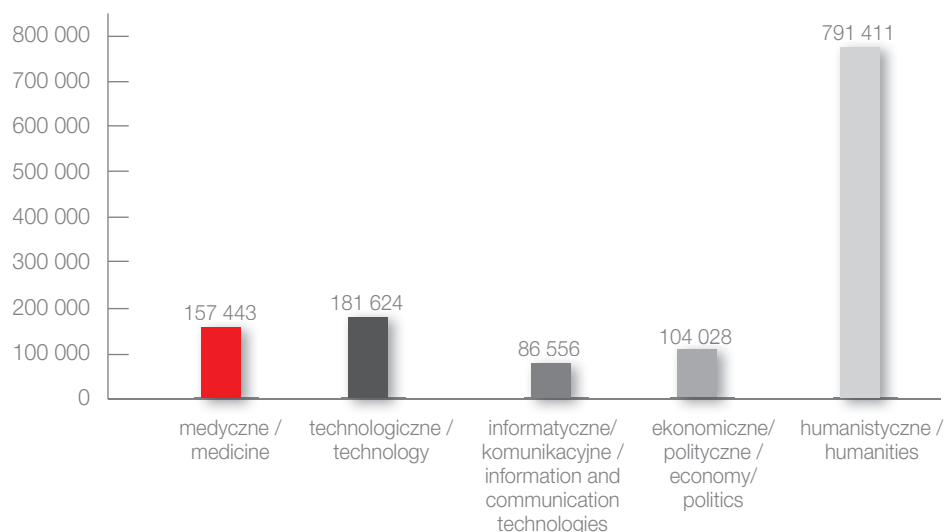
Największą grupę stanowią spotkania/wydarzenia o charakterze humanistycznym, w których w sumie wzięło udział 791 411 uczestników co stanowiło 60% całości. Natomiast najmniejszą grupę (7%) stanowiły spotkania i wydarzenia tematycznie związane z informatyką i komunikacją – 86 556 osób (Rys. 9).

The largest group of meetings/events were the meeting of a humanistic nature, in which were attended by a total of 791 411 participants representing 60% of the total. On the other hand, the smallest group (7%) were the meetings and events thematically relating to information technology and communications, attended by 86 556 people (Fig. 9).

Spotkania i wydarzenia o charakterze technologicznym – 181 624 uczestników stanowiły 14%, a o charakterze medycznym – 157 443 uczestników ponad 12% w skali roku.

The meetings and events of technical nature (hosting 181 624 participants) and of medical nature (157 443 participants) accounted for 14% and 12% per annum, respectively.

Rys. 9. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według rodzaju
Fig. 9. Number of participants by type the subject area of meetings and events



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

W ramach raportu została również wzięta pod uwagę liczba uczestników spotkań i wydarzeń w rozbiciu na cztery kategorie: targi i wystawy, kongresy i konferencje, wydarzenia korporacyjne oraz wydarzenia motywacyjne (Tab. 4).

The report also took under consideration the number of participants in meetings and events, broken down into four categories: trade fairs and exhibitions, congresses and conferences, corporate events and conferences, corporate events and motivational events (Table 4).

Tab. 4. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według kategorii
Table 4. Number of participants by the category of meetings and events

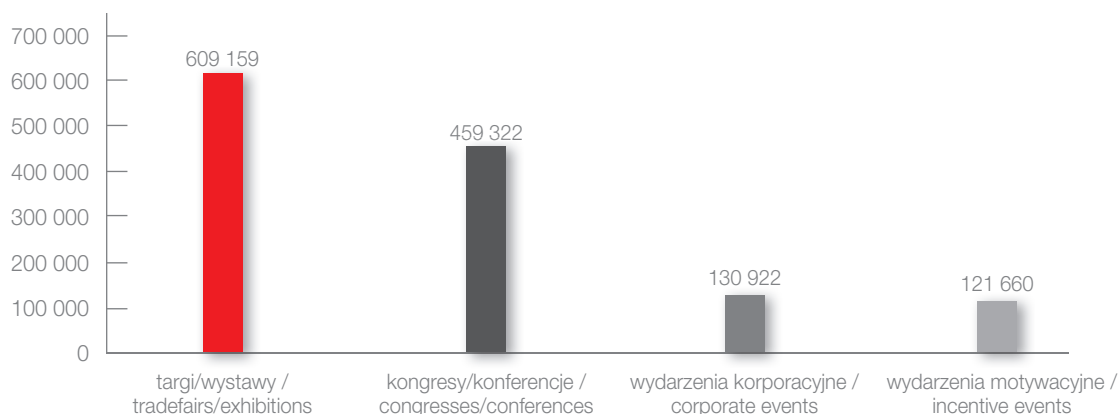
Kategoria / Category	Liczba uczestników / Number of participant	%
targi/wystawy / tradefairs/exhibitions	609 158	46
kongresy/konferencje / congresses/conferences	459 322	35
wydarzenia korporacyjne / corporate events	130 922	10
wydarzenia motywacyjne / incentive events	121 660	9
Razem / Total	1 321 062	100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

Ponad 46% opisywanych spotkań i wydarzeń stanowią targi i wystawy, w których wzięło udział 609 158 uczestników. Kolejną grupę stanowią kongresy i konferencje z 459 322 uczestnikami (35%) oraz wydarzenia korporacyjne 130 922 uczestników (10%). Najmniejszą kategorią okazały się wydarzenia motywacyjne (121 660 uczestników – 9%) (Rys. 10).

Over 46% of the reported meetings and events were trade fairs and exhibitions, hosting more than 609 158 participants. Another group was congresses and conferences with 459 322 participants (35%) and corporate events with 130 922 participants (10%). The category of the lowest number of participants were motivational events with 121 660 participants (9%) (Fig. 10).

Rys. 10. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według kategorii
Fig. 10. Number of participants by the category of meetings and events



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

Analizie ilościowej została również poddana liczba uczestników w rozbiciu na poszczególne miesiące (Tab. 5).

Na tej podstawie zostały określone miesiące, w których najwięcej uczestników brało udział w spotkaniach i wydarzeniach w Polsce. I tak pierwsze miejsce zajmuje wrzesień, podczas którego wzięło w nich udział 199 583 uczestników, co stanowi 15% w kontekście całego roku. Tuż za nim sklasyfikowany został marzec z 198 947 uczestnikami (15%).

Ponadto ok. 100 tysięcy uczestników wzięło udział w spotkaniach i wydarzeniach w takich miesiącach jak: kwiecień (100 778), maj (108 607), październik (125 680) oraz listopad (117 684). Najgorszym miesiącem okazał się: styczeń, który z 54 369 uczestnikami zajmuje ostatnie miejsce w skali roku (4%). (Rys. 11).

Quantitative analysis was also applied to the number of participants broken down by month (Table 5).

On this basis, the survey determined months in which most participants attended meetings and events in Poland. And so the first position went to September with 199 583 participants representing 15% in the context of the whole year. March was classified right behind it with 198 947 participants (15%).

In addition, approximately 100 thousand participants took part in the meetings and events organized in April (100 778), May (108 607), October (125 680) and November (117 684). The worst month was January, with 54 369 participants, which ranks it last in the year (4%) (Fig. 11).

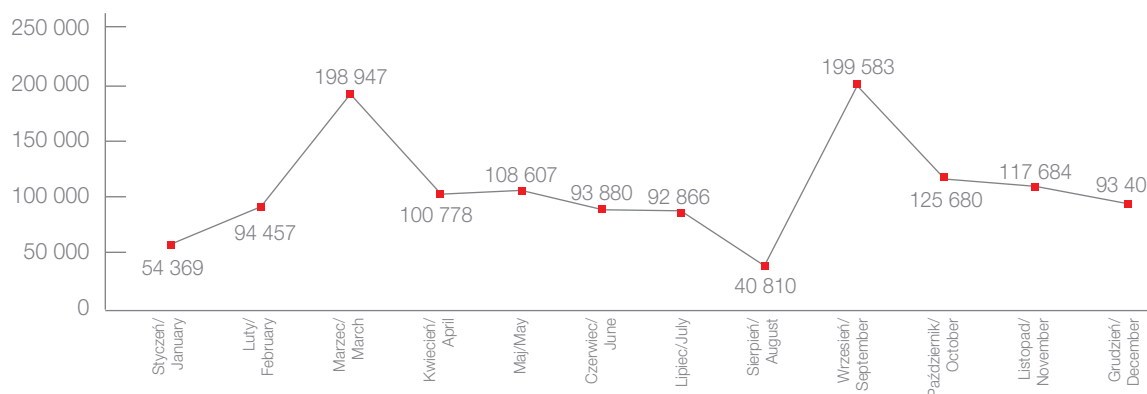


Tab. 5. Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach / Table 5. Seasonal nature of meetings and events quantitatively by month

Miesiące / Months	Liczba / Number	%
Styczeń / January	54 369	4
Luty / February	94 457	7
Marzec / March	198 947	15
Kwiecień / April	100 778	8
Maj / May	108 607	8
Czerwiec / June	93 880	7
Lipiec / July	92 866	7
Sierpień / August	40 810	3
Wrzesień / September	199 583	15
Październik / October	125 680	10
Listopad / November	117 684	9
Grudzień / December	93 401	7
Razem / Total	1 321 062	100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

Rys. 11. Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach / Fig. 11. Seasonal nature of meetings and events quantitatively by month



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of ICCA data

Analiza jakościowa (kategoria i rodzaj spotkań, destynacje pochodzenia uczestników)

Analizę jakościową spotkań i wydarzeń odbywających się na terenie Polski rozpoczynamy od charakterystyki uczestników według destynacji ich pochodzenia. I tak w 2009 roku odbywały się one głównie z udziałem polskich uczestników, o czym świadczy analiza z podziałem na kraje i kontynenty. Ze względu na różnorodny charakter zostały stworzone cztery geograficzne, w tym Polska została uwzględniona oddzielnie.

Qualitative analysis (category and nature of meetings, origin-destinations of participants)

We are beginning our qualitative analysis of meetings and events taking place on Polish territory with the characteristics of participants according to their origin-destination. And so, in 2009, the meetings and events were held with the participation of mainly Polish participants, as it has been reflected by the listing by countries and continents. Due to their heterogeneous nature, they were divided into four geographic groups, and Poland was taken separately.

3.3.2

Na podstawie analizy 4 000 spotkań i wydarzeń zostały one dopasowane do ww. grup (Tab. 6). Ze względu na częste trudności z określeniem narodowości grupy za wzorzec została przyjęta większość pochodzących z danego kraju lub obszaru geograficznego uczestników.

3 810 z nich odbyło się z uczestnikami z Polski co w sumie dało 95,25%. Kolejną grupę (4,38%) stanowili uczestnicy w większości pochodzący z krajów europejskich (175 spotkań i wydarzeń).

Pozostałą część tworzy grupa delegatów pochodzących z Ameryki 0,20 % i Azji 0,18% (Rys. 12).

4 000 meetings and events taken into account in the analysis were then assigned to the above groups (Table 6). Due to frequent difficulties in defining ethnicity in those groups, a model of the majority coming from a given country or a geographical area was adopted.

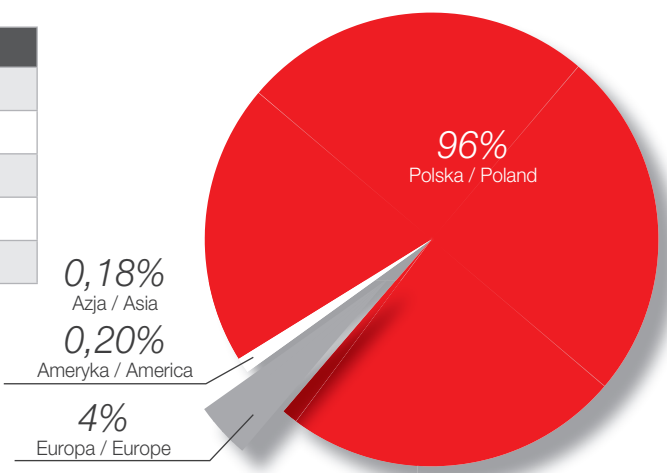
3 810 meetings took place with Polish participants which amounted for a total of 95.25%. The other group (4.38%) was composed of the participants coming in the majority from European countries (175 meetings and events).

The remaining two groups were delegates from America and Asia, with 0.20% and 0.18%, respectively (Fig. 12).

Tab. 6. Liczba spotkań i wydarzeń według miejsca pochodzenia uczestników / Table 6. Number of meetings and events by origin-destination of the participants

Kraje / Countries	Liczba / Number	%
Ameryka / America	8	0,20
Azja / Asia	7	0,18
Europa / Europe	175	4,38
Polska / Poland	3 810	95,25
Razem / Total	4 000	100

Rys. 12. Liczba spotkań i wydarzeń według miejsca pochodzenia uczestników / Fig. 12. Number of meetings and events by origin-destination of the participants



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

Analizą jakościową objęto również podział na rodzaje spotkań i wydarzeń z punktu widzenia przedmiotu nauk (Tab. 7). Największą z nich grupę (31%) stanowiły spotkania i wydarzenia z nauk humanistycznych (1 251). Kolejne miejsce zajmują spotkania i wydarzenia z grupy nauk technologicznych – 780 (20%) oraz te z grupy nauk medycznych – 708 (18%).

Na dalszych pozycjach znalazły się spotkania i wydarzenia poświęcone tematyce ekonomiczno-politycznej – 667 (17%) oraz informatyczne i komunikacyjne – 594 (15%) (Rys. 13).

The qualitative analysis also covered the distribution by types of meetings and events from the perspective of the subject of sciences (Table 7). The largest group among them (31%) was humanistic meetings and events (1 251). It was followed by meetings and events relating to technological sciences and medical sciences in the number of 780 (20%) and 708 (18%) respectively.

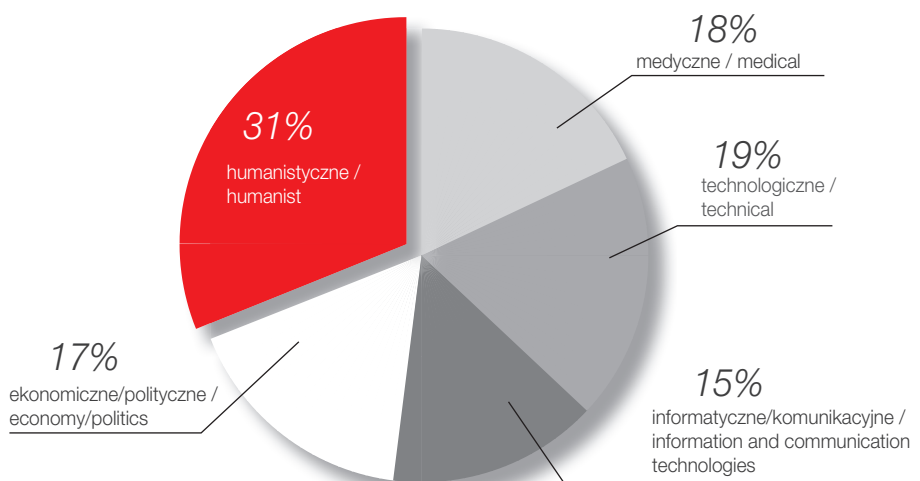
Further positions were taken by meetings and events devoted to economics and politics and information and communications with the number of 594 (15%) – and 667 (17%), respectively (Fig. 13).

Tab. 7. Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju / Table 7. Number of meetings and events by their subject area

Rodzaj / Type	Liczba/ Number	%
medyczne / medicine	708	18
technologiczne / technology	780	20
informatyczne/komunikacyjne / information and communication technologies	594	15
ekonomiczne/polityczne / economy/politics	667	17
humanistyczne / humanities	1 251	31
Razem / Total	4 000	100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

Rys. 13. Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju / Fig. 13. Number of meetings and events by their subject area



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

Z punktu widzenia jakościowego warto scharakteryzować również wszystkie spotkania i wydarzenia z podziałem na kategorie. Określone zostały ich liczba oraz udział procentowy (Tab. 8).

Największą grupę stanowią kongresy/konferencje, których w 2009 roku odbyło się 2 127, co stanowiło 53% wszystkich omawianych. Kolejną kategorią były wydarzenia korporacyjne – 1 221 (31%). Targi i wystawy zajęły trzecie miejsce z 357 wydarzeniami, co dało 9%.

Najmniejszą analizowaną kategorią były wydarzenia motywacyjne, których odbyło się w sumie 295 i stanowiły 7% całości (Rys. 14).

From a qualitative point of view, it is also worth to characterize all the meetings and events broken down by category. Their number and percentage contribution has been identified (Table 8).

The largest group in 2009 was congresses/conferences, held 2 127 times, and which accounted for 53% of all the meetings and events in question. Another category was corporate events – held 1 221 times (31%). Fairs and exhibitions took the third position with 357 events, which accounted for 9%.

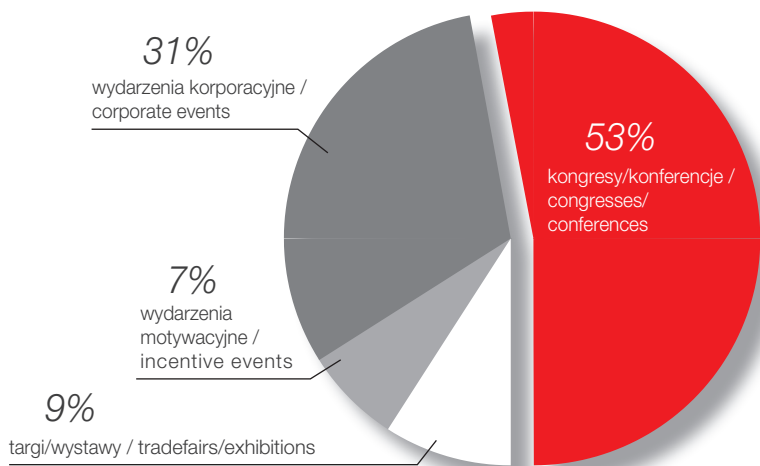
The smallest category group analyzed was incentive trips organized 295 times and accounting for 7% of the total (Fig. 14).

Tab. 8. Liczba spotkań i wydarzeń według kategorii / Table 8. Number of meetings and events by category

Kategoria / Category	Liczba / Number	%
kongresy/konferencje / congresses/conferences	2 127	53
wydarzenia korporacyjne / corporate events	1 221	31
wydarzenia motywacyjne / incentive trips	295	7
targi/wystawy / tradefairs/exhibitions	357	9
Razem / Total	4 000	100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

Rys. 14. Liczba spotkań i wydarzeń według kategorii / Fig. 14. Number of meetings and events by category



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

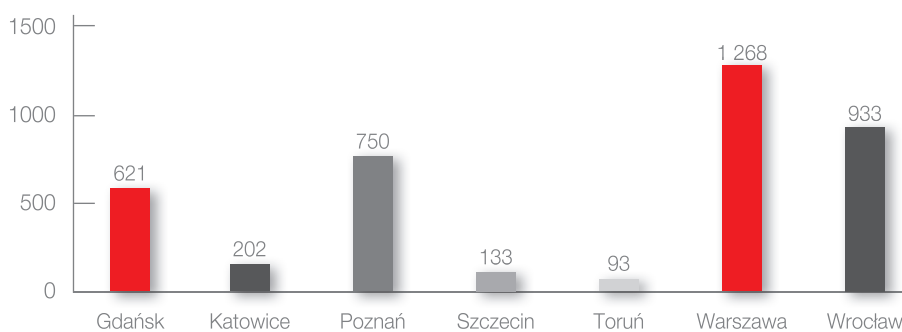


Analiza przemysłu spotkań w Polsce po raz pierwszy pozwala na bezpośrednie porównanie liczby zorganizowanych w poszczególnych miastach spotkań i wydarzeń o charakterze społecznym, gospodarczym, biznesowym i politycznym (Rys. 15).

Z dziewięciu Convention Bureaux funkcjonujących w polskich miastach i regionach zostało podsumowanych w poniższym zestawieniu siedem miast. Zgodnie z przekazanymi danymi przez Warsaw Convention Bureau 1 268 spotkań i wydarzeń odbyło się w 2009 roku w Warszawie, co stanowiło 32%. Kolejnym miastem, które z 933 spotkaniami i wydarzeniami zajęło drugie miejsce jest Wrocław (23%), a dane zostały przekazane przez Convention Bureau – Wrocław. Zgodnie z informacjami od następných Convention Bureaux ranking miast uклада się dalej następująco: Poznań (750 – 19%) – Poznań Convention Bureau, Gdańsk (621 – 16%) – Gdańsk Convention Bureau, Katowice (202 – 5%) – Convention Bureau-Katowice, Szczecin (133 – 3%) – Szczecin Convention Bureau. Toruń (93 – 2%) Convention Bureau – Copernicus (Tab. 9).

The analysis of the meetings industry in Poland for the first time allows to directly compare the number of meetings and events on economic, business and politics, taking place in individual towns, (Fig. 15).

Of the nine Convention Bureaux operating in Polish towns and regions, seven towns have been summarized in the table below. According to the data provided by the Warsaw Convention Bureau, 1 268 meetings and events were held in Warsaw in 2009, which accounted for 32%. Another town that took the second position with 933 meetings and events was Wrocław (23%), and relay this data was gained by the Convention Bureau – Wrocław. According to the data obtained from the other Convention Bureaux the ranking of towns is further arranged as follows: Poznań (750 – 19%) – Poznań Convention Bureau, Gdansk (621 – 16%) – Gdansk Convention Bureau, Katowice (202 - 5%) – Convention Bureau-Katowice, Szczecin (133 - 3%) – Szczecin Convention Bureau. Torun (93 – 2%) Convention Bureau – Copernicus (Table 9).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

Tab. 9. Liczba spotkań i wydarzeń według miast / Table 9. Number of meetings and events by place of venue

Miasto / City	Liczba spotkań i wydarzeń/ Number of meetings and events	%
Gdańsk	621	16
Katowice	202	5
Poznań	750	19
Szczecin	133	3
Toruń	93	2
Warszawa	1 268	32
Wrocław	933	23
Razem / Total	4 000	100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

Informacje przekazane przez miejskie i regionalne Convention Bureaux zostały również wykorzystane do przygotowania zestawienia liczby spotkań i wydarzeń z podziałem na kategorie i według ich miejsca organizacji.

Na podstawie zebranych danych możemy stwierdzić, iż w 2009 roku największa liczba kongresów i konferencji odbyła się w Warszawie (689). Następnie został sklasyfikowany Poznań (433), Wrocław (383) oraz Gdańsk (354). Kolejnymi miastami były Katowice (146), Toruń (63) oraz Szczecin (59).

Biorąc pod uwagę wydarzenia korporacyjne ponownie najistotniejszą rolę odgrywa Warszawa (415), a tym razem ranking zamyka Toruń (14). Kategorią, w której na pierwszym miejscu znalazł się Gdańsk są wydarzenia motywacyjne (95). Po nim został ujęty Poznań (75), Wrocław (54), Warszawa (50) Toruń (13), Katowice (7) oraz Szczecin (1).

Ostatnią kategorią, która była brana pod uwagę były targi i wystawy. Największa liczba tego rodzaju wydarzeń odbyła się we Wrocławiu (123), Warszawie (114) oraz Gdańsku (95). Następnie został ujęty Szczecin (15), Poznań (14), Katowice (13) oraz Toruń (3). (Rys. 16)

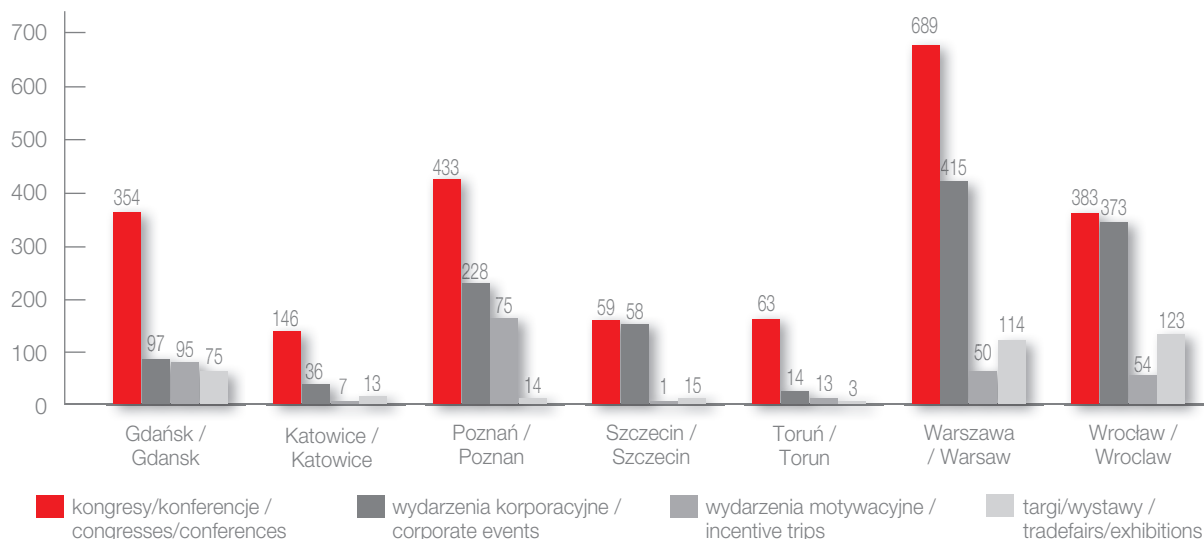
Information supplied by the city and regional Convention Bureaux were also used to prepare the listing of the number of meetings and events broken down by category and place of venue.

Based on the data collected, we can conclude that in 2009 the largest number of congresses and conferences was held in Warsaw (689). It was followed by Poznan (433), Wrocław (383) and Gdansk (354). The subsequent towns were Katowice (146), Torun (63) and Szczecin (59).

While taking into account corporate events, Warsaw again played the most important role (415), and this time ranking is closed by Torun (14). The category, within which Gdansk took first position is incentive trips (95). It is followed by Poznan (75), Wrocław (54), Warsaw (50), Torun (13), Katowice (7) and Szczecin (1).

The last category taken into account was the fairs and exhibitions. The largest number of these events took place in Wrocław (123), Warsaw (114) and Gdansk (95). They are followed by Szczecin (15), Poznan (14), Katowice (13) and Torun (3). (Fig. 16)

Rys. 16. Liczba spotkań i wydarzeń według miast / Fig. 16. Number of meetings and events in towns by category



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

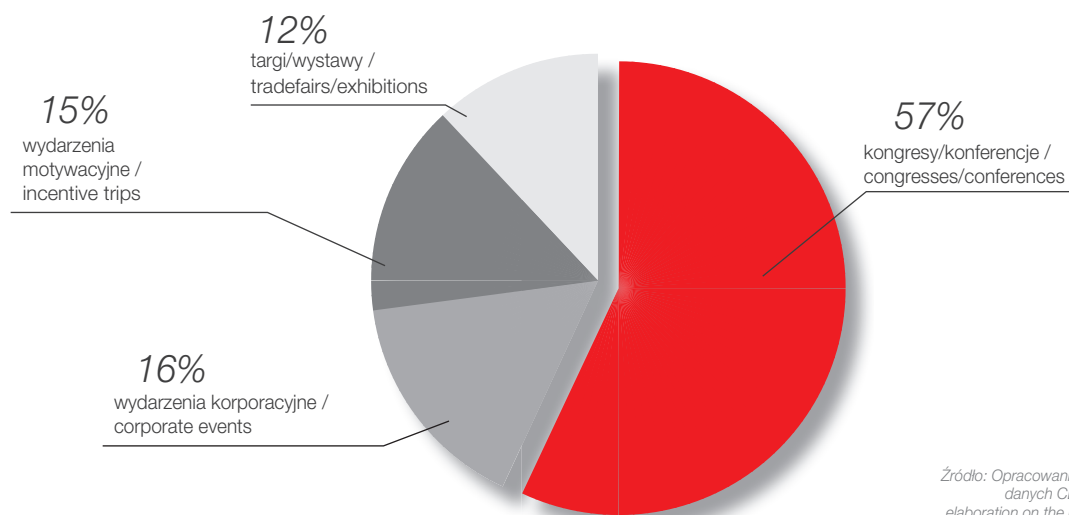
Tab. 10. Liczba spotkań i wydarzeń w miastach według kategorii / Table 10. Number of meetings and events by town and category

Miasto/Kategoria / City/Category	Kongresy/konferencje / Congresses/conferences	Wydarzenia korporacyjne / Corporate events	Wydarzenia motywacyjne / Incentive events	Targi/wystawy / Tradefairs/exhibitions	Suma / Total
Gdańsk / Gdansk	354	97	95	75	621
Katowice / Katowice	146	36	7	13	202
Poznań / Poznan	433	228	75	14	750
Szczecin / Szczecin	59	58	1	15	133
Toruń / Torun	63	14	13	3	93
Warszawa / Warsaw	689	415	50	114	1 268
Wrocław / Wrocław	383	373	54	123	933
Razem / Total	2 127	1 221	295	357	4 000

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

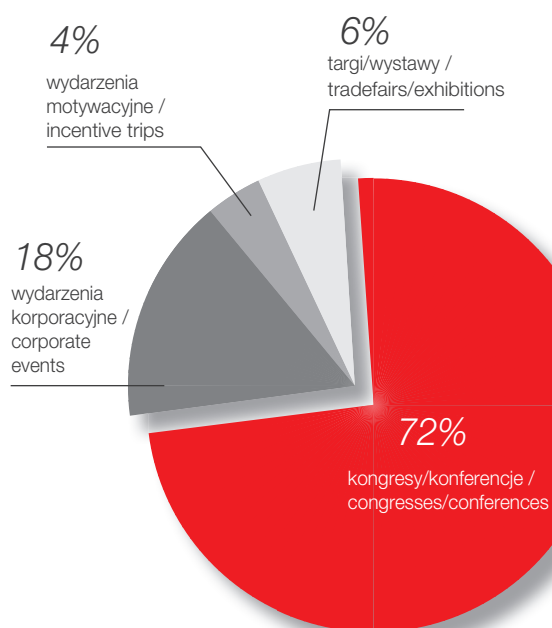


Rys. 17. Spotkania i wydarzenia w Gdańsku w 2009 roku (%) / Fig. 17. Meetings and events in Gdansk in 2009 (in %)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

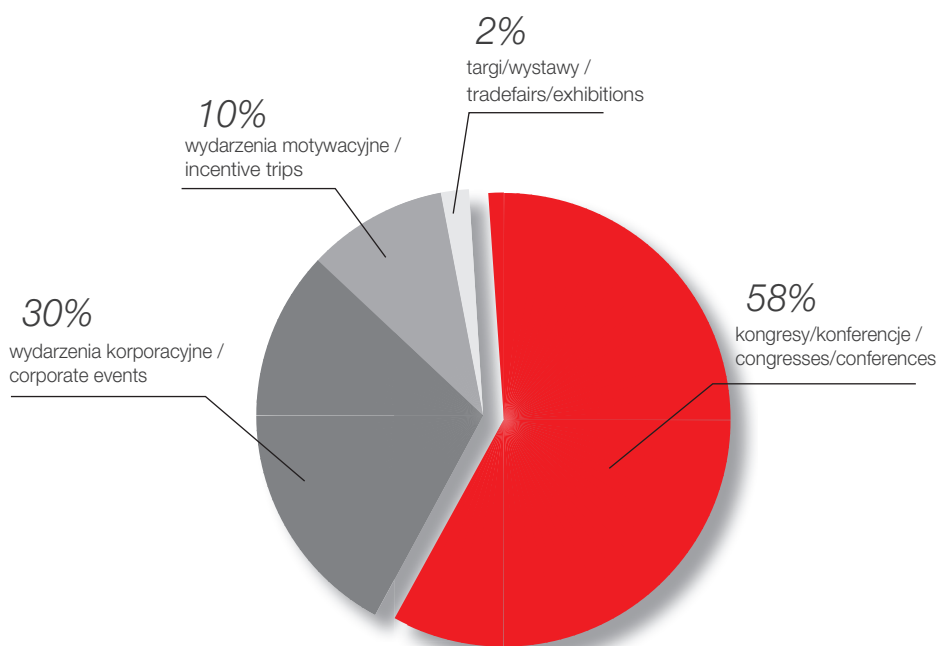
Rys. 18. Spotkania i wydarzenia w Katowicach w 2009 roku (%) / Fig. 18. Meetings and events in Katowice in 2009 (in %)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data



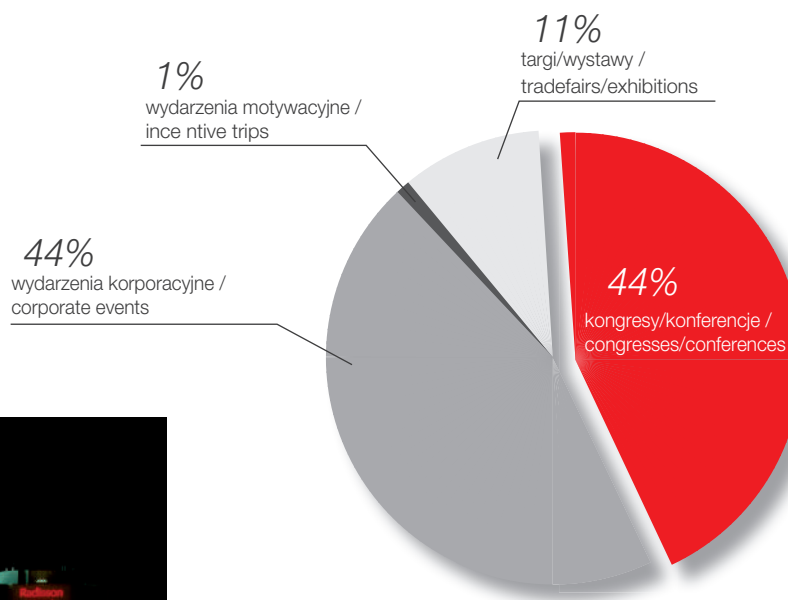
Rys. 19. Spotkania i wydarzenia w Poznaniu w 2009 roku (%)
 Fig. 19. Meetings and events in Poznan in 2009 (in %)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT /
 Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data



Rys. 20. Spotkania i wydarzenia w Szczecinie w 2009 roku (%) / Fig. 20. Meetings and events in Szczecin in 2009 (in%)

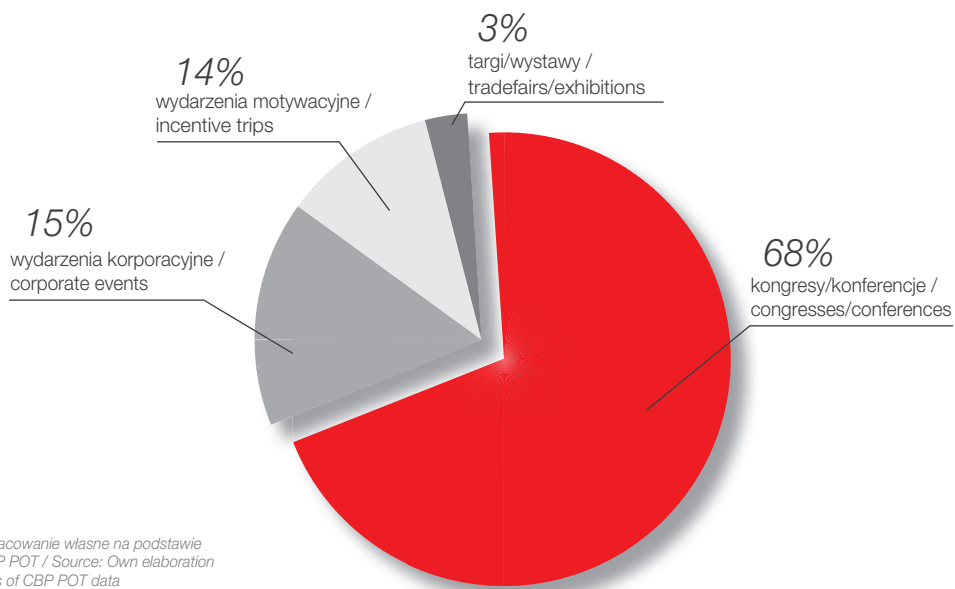


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT /
 Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data



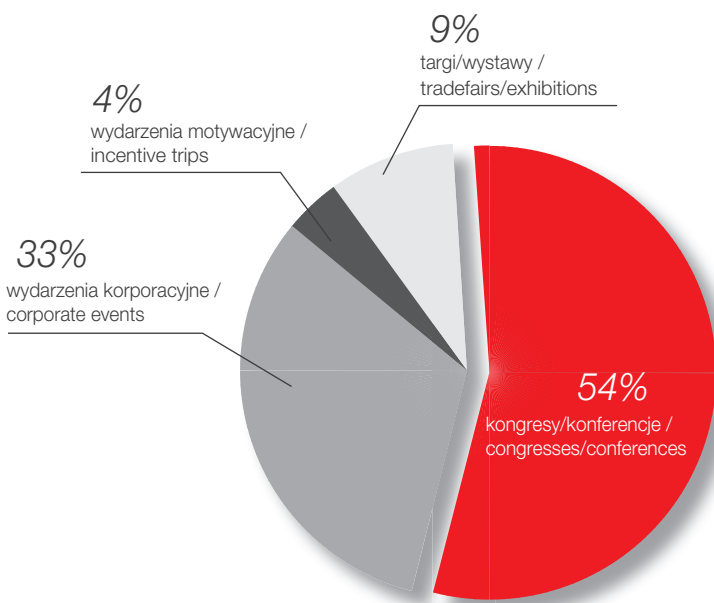


Rys. 21. Spotkania i wydarzenia w Toruniu w 2009 roku (%) / Fig. 21. Meetings and events in Torun in 2009 (in %)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

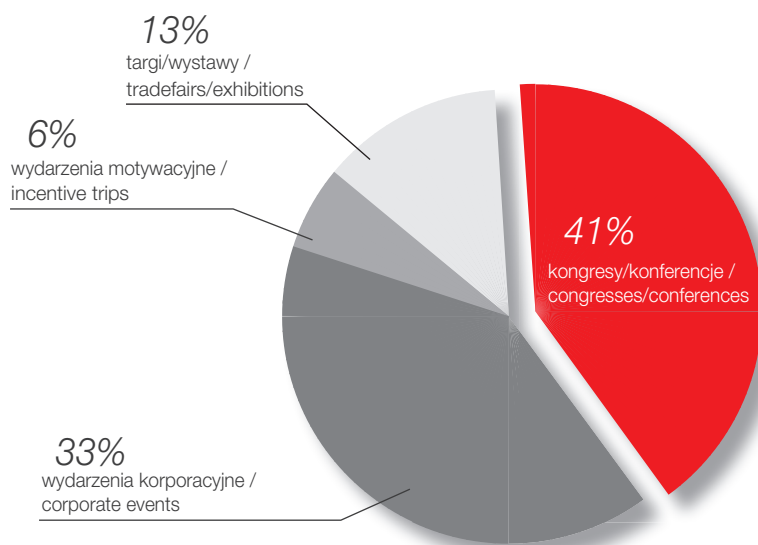
Rys. 22. Spotkania i wydarzenia w Warszawie w 2009 roku (%) / Fig. 22. Meetings and events in Warsaw in 2009 (in %)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data



Rys. 23. Spotkania i wydarzenia we Wrocławiu w 2009 roku (%) / Fig. 23. Meetings and events in Wrocław in 2009 (in %)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

Analiza ekonomiczna spotkań i wydarzeń w Polsce w roku 2009

Economic analysis of meetings and events in Poland in 2009

3.3.3

Przemysł spotkań i wydarzeń jest szybko rozwijającym się rodzajem aktywności gospodarczej, jednak pełna ocena jego rozmiarów i efektów ekonomicznych napotyka poważne trudności. Jest kilka przyczyn tego stanu rzeczy:

1. brak powszechnie uznanych definicji spotkań i wydarzeń biznesowych, które należy zaliczyć do przemysłu spotkań sprawia, że statystyki pochodzące z różnych źródeł są nieporównywalne;
2. popyt zgłaszany w związku z uczestnictwem w spotkaniach i wydarzeniach biznesowych jest bardzo zróżnicowany, tzn. obejmuje usługi należące do różnych tradycyjnych branż, a ponadto jego wielkość i struktura silnie zależy od tego, z jakim wydarzeniem biznesowym mamy do czynienia i kto w nim uczestniczy (por. rys. 24);
3. podaż odpowiadająca na zapotrzebowanie związane z uczestnictwem w spotkaniach i wydarzeniach biznesowych stanowi część działalności tradycyjnych branż (hotełarstwa, gastronomii, transportu itp.); można wprawdzie zaobserwować proces wyodrębniania się wyspecjalizowanych przedsiębiorstw, ale droga do wykształcenia się z nich nowej, uznanej branży jest jeszcze bardzo daleka¹;
4. z powodu wymienionych wyżej przyczyn uzyskanie informacji na temat rozmiarów tego zjawiska wymaga przeprowadzenia specjalnych badań, ponieważ nie jest ono wyodrębnione w obowiązujących standardach statystyki publicznej.

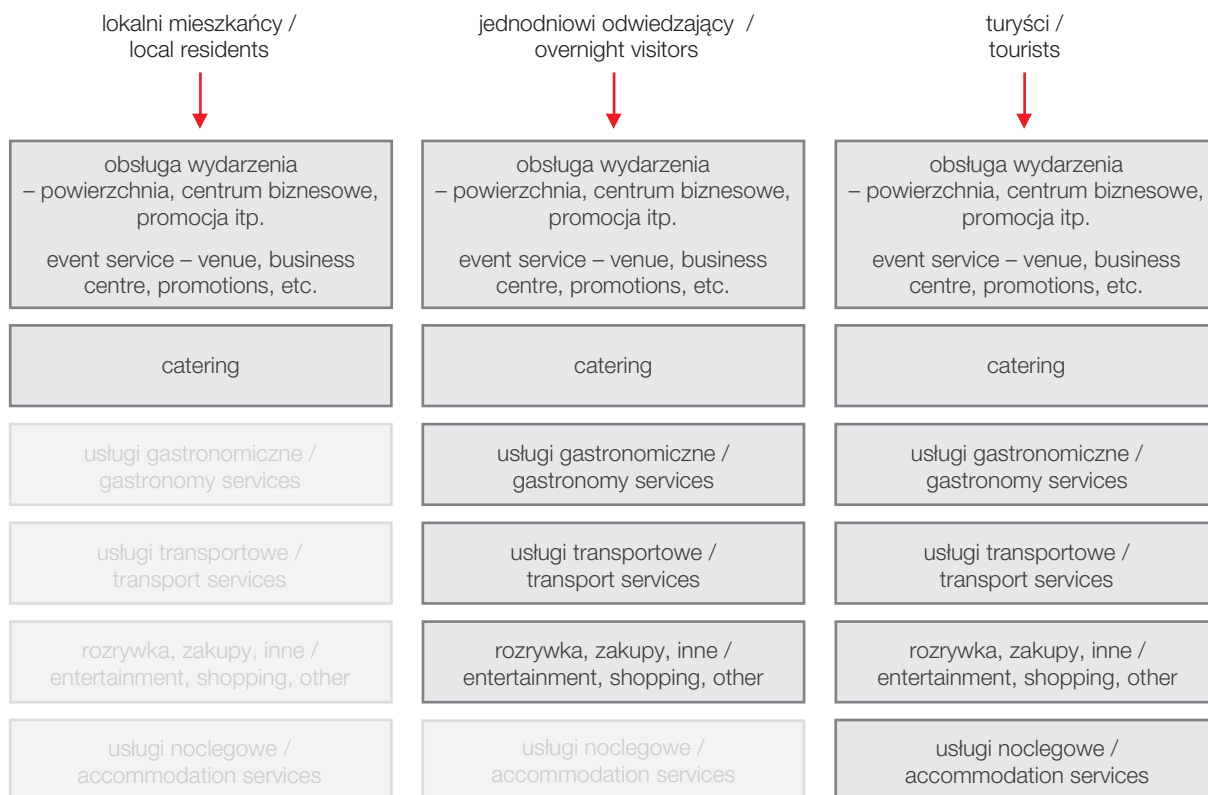
Meetings and events industry is a rapidly growing branch of economic activity, but the full evaluation of its size and economic effects is facing serious difficulties. There are several reasons for this:

1. lack of universally adopted definition of business meetings and events which should be classified to meetings industry; it makes that statistics from different sources are not comparable;
2. very diversified demand recorded in connection to the participation in business meetings and events, i.e. it includes services of various traditional industries, and, moreover, its size and structure strongly depends on with which business event we deal with and who participates in it (cf. Fig. 24);
3. supply equivalent to the demand relating to the participation in business meetings and events is part of the operations of traditional industries (accommodation, transportation, etc.); although we can observe a process of establishing specialized companies, but the way to emerge a new and acknowledged industry from them is still very far¹;
4. due to the reasons mentioned above, to obtain information on the extent of this phenomenon requires a special survey because it has not been isolated in official statistics standards.

¹ Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry. Developing a Tourism Satellite Account. UNWTO, Madrid 2006., s. vii. „Większość spotkań organizowana jest przez hotele i biura podróży jako część ich działalności, w związku z czym traktowane są jako usługi hotelarskie lub organizatorskie.”

¹ Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry. Developing a Tourism Satellite Account. UNWTO, Madrid 2006., s. vii. „Most of the meetings are organized by hotels and travel agencies as a part of their business operations, and due to that they are treated as hotel or organizational services.”

Rys. 24. Struktura popytu zgłaszanego przez uczestników spotkań i wydarzeń
 Fig. 24. Demand structure reported by the participants of meetings and events



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

Ocena rozmiarów i struktury popytu zgłaszanego przez uczestników spotkań i wydarzeń to zaledwie pierwszy krok, jeśli chodzi o ocenę wkładu przemysłu spotkań w gospodarkę kraju, regionu lub miasta. Określenie wielkości tego wkładu za pomocą agregatów ekonomicznych, takich jak wytworzona wartość dodana, tworzenie miejsc pracy, czy wpływy do budżetu wymaga dysponowania informacjami na temat struktury danej gospodarki, tzn. określenia, jaka część wydatków związanych z udziałem i organizacją spotkań i wydarzeń biznesowych trafiła do lokalnych przedsiębiorstw. Przedmiotem oceny mogą być tylko efekty bezpośrednie (efekt wydatków uczestników) lub łącznie: bezpośrednie i pośrednie, czyli uwzględniające powiązania gospodarcze między podmiotami obsługującymi wydarzenia biznesowe i ich dostawcami.

Punktem wyjścia do analizy ekonomicznych efektów spotkań i wydarzeń biznesowych może być wypracowanie dla przemysłu spotkań metodologii rachunku satelitarnego, podobnej do stosowanej w przypadku analizy efektów gospodarczych turystyki lub adaptacja rachunku satelitarnego turystyki (RST), pozwalająca na przynajmniej częściową ocenę zjawiska (w zakresie wydatków jednodniowych odwiedzających i turystów – rys. 24). Ze względu na wspomniane wcześniej problemy definicyjne i brak wyraźnie wyspecjalizowanych podmiotów gospodarczych obecnie realnym rozwiązaniem jest druga opcja. Przedstawiona poniżej analiza opiera się na wynikach rachunku satelitarnego turystyki dla Polski, zaadaptowanego do potrzeb analizy wydarzeń i spotkań biznesowych². Ze względu na zakres danych uzyskanych przez Convention Bureau of Poland analiza ekonomiczna obejmuje jedynie efekty związane z noclegami generowanymi przez uczestników spo-

Evaluation of the size and structure of demand reported by the participants of meetings and events is just the first step when it comes to the assessment of the contribution of meetings industry in the economy of a country, region or city. Determining the size of this contribution – using economic aggregates, such as generated value added, job creation, and budget revenues - requires to information about the structure of the economy, i.e. to determine what portion of expenses related to the participation and organization of meetings and business events went to local businesses. The subject of the assessment can only be direct effects (expenses of participants) or, specifically, direct and indirect effects taking into account economic connections between business events organizers and their suppliers.

The starting point for analyzing the economic impact of business meetings and events may be developing a satellite account methodology for the meetings industry, which would be similar to that used in the analysis of economic effects of tourism, or the customization of tourism satellite account (TSA), which allows at least a partial assessment of the phenomenon (in terms of overnight visitors spending and tourists – cf. Figure 24). Due to the aforementioned problems with definitions and a lack of clearly specialized entities, the real solution may prove to be the second option. The analysis presented below is based on the tourism satellite account for Poland, adjusted to the needs of events and business meetings analysis². Due to the scope of data collected by the Convention Bureau of Poland, the economic analysis only covers the effects associated with the overnight stays generated by the participants of the meetings and events that

² Dane dla 2005 r. Rachunek Satelitarny Turystyki dla Polski w 2005 r. www.msport.gov.pl

² Data for 2005, Satellite Account of Tourism in Poland in 2005 www.msport.gov.pl

tkañ i wydarzeń, które miały miejsce w wybranych miastach Polski w 2009 (poza oceną pozostały wydatki lokalnych mieszkańców, jednodniowych odwiedzających oraz pozanoclegowe wydatki turystów – por. rys. 24).

Ocena efektów ekonomicznych przemysłu spotkań składa się z dwóch części: pierwsza część poświęcona jest pokazaniu znaczenia przemysłu spotkań dla bazy hotelarskiej wybranych miast w Polsce, druga zawiera ocenę bezpośrednich efektów, jakie dzięki temu uzyskały województwa, których częścią są analizowane miasta.

Wpływ przemysłu spotkań na działalność bazy hotelarskiej w Warszawie.

Bezpośredni wpływ spotkań i wydarzeń na działalność hoteli obejmuje:

1. wpływy ze sprzedaży usług noclegowych – stanowiące podstawowe źródło przychodów hoteli,
2. wpływy z konferencji, wydarzeń korporacyjnych, wystaw i targów oraz wydarzeń motywacyjnych organizowanych na terenie hotelu – obejmujące opłatę za udostępnienie sali, a ponadto często zawierające wpływy ze sprzedaży usług cateringowych i ewentualnie opłaty za obsługę techniczną.

Na podstawie zebranych danych możliwe było jedynie oszacowanie pierwszej z wymienionych wielkości. W analizie uwzględniono następujące miasta: Gdańsk, Katowice, Poznań, Szczecin, Toruń i Wrocław. Biorąc pod uwagę charakter spotkań i wydarzeń biznesowych, czas ich trwania oraz przy uwzględnieniu wiedzy na temat zachowań uczestników spotkań i wydarzeń oszacowano, że uwzględnione w raporcie wydarzenia wykreowały popyt na 799 758 noclegów, co stanowiło 10% ogółu noclegów udzielonych w wymienionych miastach w 2009 roku. Liczba noclegów w poszczególnych miastach, jak i ich udział w wynikach zakładów bazy hotelarskich były silnie zróżnicowane, co ilustrują rys. 25 i 26 oraz tabela 11.

took place in selected Polish towns in 2009, while expenditures of local residents, day visitors and expenditure of tourists other than accommodation are beyond this assessment (c.f.: Figure 24).

Evaluation of the economic effects of meetings industry consists of two parts: the first part is devoted to showing the importance of industry meetings for hotel industry in selected Polish towns; the second part is the assessment of direct effects obtained thus by the Voivodeships, where the analyzed towns are located.

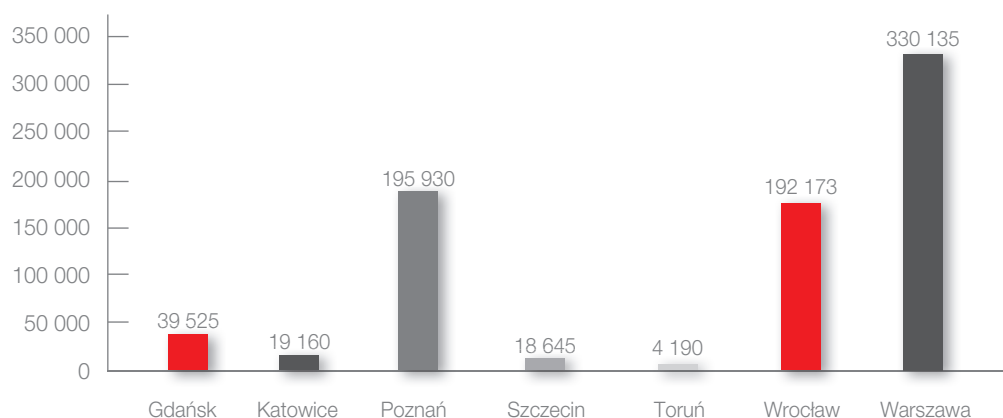
Impact of industry meetings on the activities of hotel industry in Warsaw

The direct impact of meetings and events business hotels include:

1. proceeds from the sale of accommodation services – the primary source of revenue for hotels,
2. proceeds from conferences, corporate events, exhibitions, fairs and incentive trips organized at a hotel – including a charge for renting conference rooms, and often proceeds from the sale of catering services and possibly fees for technical services.

Based on the data collected was only possible to estimate the first of these volumes. The analysis includes the following cities: Gdańsk, Katowice, Poznań, Szczecin, Toruń and Wrocław. Given the nature of meetings and business events, their duration, and taking into account the knowledge of the behavior of participants in meetings and events has been estimated that the events included in the report create demand for 799 758 nights, representing 10% of the total accommodation provided in those cities in 2009. Number of nights in each city, as well as their share of the tourist accommodation establishments database were strongly differentiated, as illustrated by Figure 25 and 26 and Table 11.

Rys. 25. Liczba noclegów udzielonych uczestnikom spotkań i wydarzeń w 2009 r.
Fig. 25. Number of night lodgings provided to participants of meetings and events in 2009

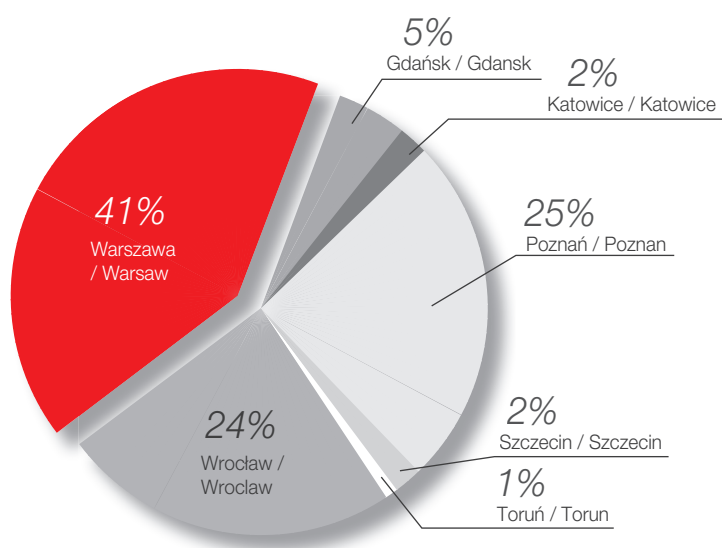


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

Zdecydowanie największą liczbę noclegów udzielono w Warszawie (ok. 330 tys.), a najmniejszą w Toruniu (4 tys.). Obok Warszawy znaczące wyniki osiągnęły Poznań i Wrocław, w których przemysł spotkań wykreował po niemal 200 tys. noclegów. Udział zakładów hotelarskich w poszczególnych miastach w całości popytu związanego z przemysłem spotkań przedstawia rys. 26.

By far the largest number of overnight stays was provided in Warsaw (about 330 thousand), and the lowest in Toruń (4 thousand). Besides Warsaw, significant results were achieved by Poznań and Wrocław, where the meetings industry generated almost 200 thousand nights. The share of hotels by town in the total demand associated with the meetings industry is shown in Fig. 26.

Rys. 26. Udział bazy hotelarskiej w poszczególnych miastach w obsłudze przemysłu spotkań w 2009 r.
Fig. 26. Share of hotel accommodation base in servicing meetings industry in 2009 by town



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

Dane przedstawione na rys. 26 potwierdzają dominującą rolę Warszawy jako miejsca spotkań i wydarzeń biznesowych generujących największy popyt na usługi noclegowe. Jej udział w tym rynku wyniósł 42%, podczas gdy dwa miasta, które zajęły kolejne miejsca – Poznań i Wrocław – miały udział na poziomie 24%. Pozostałe miasta cieszyły się znacznie mniejszą popularnością – udział Gdańska kształtował się na poziomie 5%, Katowic i Szczecina – po 2%, a Torunia 1%.

The data presented in Figure 26 confirm the dominant role of Warsaw as a place for business meetings and generating the greatest demand for accommodation services. Its market share was 42%, while the two towns, which took subsequent positions, i.e. Poznan and Wrocław, had a share of 24%. Other towns enjoyed much less popularity: the share of Gdansk stood at 5%, of Katowice and Szczecin at 2%, and of Torun at 1%.

Zróżnicowanie liczby noclegów udzielonych uczestnikom spotkań i wydarzeń biznesowych w poszczególnych miastach można w dużym stopniu wytłumaczyć rozmiarami samych miast i ich udziałem w rynku turystycznym. Nie jest to jednak jedyna przyczyna stwierdzonych różnic. Tabela 11 pokazuje, że znaczenie przemysłu spotkań dla bazy noclegowej poszczególnych miast również jest silnie zróżnicowane.

Differentiation in the number of overnight stays provided to participants of business meetings and events in individual towns can be largely explained by the size of each town and its participation in the tourist market. But this is not the only reason for the differences found. Table 11 shows that the importance of industry meetings for the accommodation base of individual cities is also diversified.

Tab. 11. Udział przemysłu spotkań w popycie na usługi noclegowe w wybranych miastach Polski w 2009 r.
Table 11. Share of meetings industry in the demand for accommodation services in selected Polish towns in 2009

	Noclegi dla uczestników spotkań / Accommodation for participants of the meetings	Udzielone noclegi ogółem / Total number of night lodgings provided	Udział w noclegach ogółem % / Share in the total accommodation %	Stopień wykorzystania bazy noclegowej ogółem % / Utilization of the accommodation base in total %
Gdańsk	39 525	1 088 532	3,6	35,1
Katowice	19 160	364 292	5,3	37,1
Poznań	195 930	891 737	22,0	31,3
Toruń	4 190	269600	1,6	41 ^a
Szczecin	18 645	618 362	3,0	35,6
Warszawa	330 135	3 575 751	9,2	43,6
Wrocław	192 173	1 146 113	16,8	41,1
Polska / Poland	799 758	56 645 518	x	37,6

^a dane dla podregionu toruńsko-bydgoskiego / data for the region of Torun and Bydgoszcz

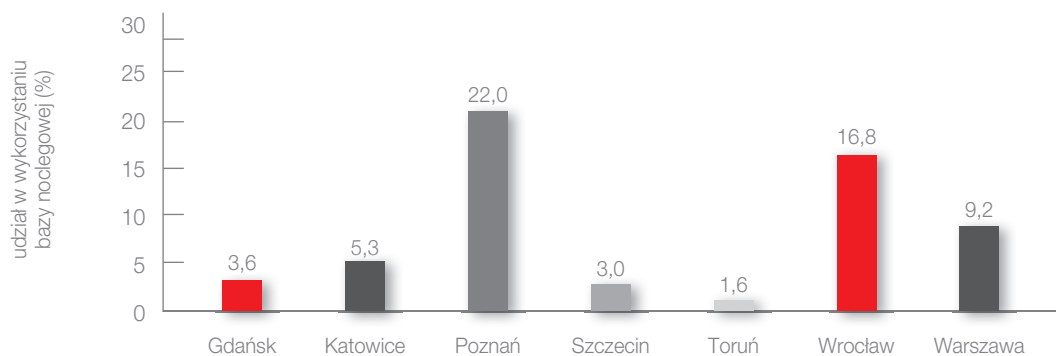
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT oraz Turystyka w 2009 r., GUS, Warszawa 2010
Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data and „Tourism in 2009” [GUS, Warsaw, 2010]



Z zebranych danych wynika, że przemysł spotkań miał największy wkład w wykorzystanie bazy noclegowej w Poznaniu (22%), Wrocławiu (16,8%) i Warszawie (9,2%). W pozostałych miastach jego udział był niewielki. Na podstawie danych z jednego roku trudno wyrokować, czy jest to stała tendencja, czy bardziej trwale zjawisko. Interesujące jest zestawienie tych informacji z danymi na temat stopnia wykorzystania bazy noclegowej w analizowanych miastach. Z tabeli 11 wynika, że z wyjątkiem Poznania, Gdańska i Szczecina charakteryzowały się zbliżonym do przeciętnego dla kraju lub wyższym stopniem wykorzystania bazy noclegowej. Może to sugerować, że Gdańsk i Szczecin powinny bardziej aktywnie zabiegać o spotkania i wydarzenia biznesowe, ponieważ jest to szansa dla ich bazy noclegowej na uzyskanie lepszych wyników. Natomiast wyniki uzyskane przez Poznań wskazują, że rynek spotkań ma kluczowe znaczenie dla bazy noclegowej w tym mieście, ponieważ mimo znaczącego udziału w tym rynku, baza noclegowa Poznania wykazuje stosunkowo niski stopień wykorzystania w ciągu roku. Różnice pokazujące wpływ przemysłu spotkań na sprzedaż usług noclegowych w poszczególnych miastach przedstawia rys. 27.

The collected data show that the meetings industry has the greatest contribution to the utilization of the accommodation base in Poznan (22%), Wrocław (16.8%) and Warsaw (9.2%). In other cities, its share was small. Based on data from one year, it is difficult to judge whether it is a trend or a more permanent phenomenon. It is interesting to compare these details with data on the utilization of accommodation in the cities analyzed. Table 11 shows that - with the exception of Poznan, Gdansk and Szczecin - they could be characterized by the utilization of the accommodation base at the level close to or higher than the average for the country. This may suggest that Gdansk and Szczecin should more actively canvass for the organization of business meetings and events, because it is an opportunity for their accommodation base to get better results. The results obtained by Poznan indicate that the meetings market is crucial for the accommodation base in this town because, in spite of its significant share in this market, the accommodation base of Poznan has a relatively low level of utilization during the year. The differences showing the impact of the meetings industry on the sale of accommodation services in individual towns is shown in Fig. 27.

Rys. 27. Wkład przemysłu spotkań w wykorzystanie bazy noclegowej w 2009 r.
Fig. 27. Contribution of meetings industry in the utilization of hotel base in 2009



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

Wkład przemysłu spotkań w gospodarkę w 2009 r.

Metoda oparta na wykorzystaniu rachunku satelitarne go turystyki i zakres zebranych danych umożliwiają tylko ograniczoną ocenę wkładu przemysłu spotkań w gospodarkę. Ocena ta obejmuje efekty bezpośrednie i to tylko te, które są wynikiem zaangażowania branży noclegowej, stanowiącej część sekcji H, w udzielanie noclegów uczestnikom spotkań i wydarzeń biznesowych. Efekty te obejmują:

1. wkład w tworzenie wartości dodanej,
2. wkład w tworzenie miejsc pracy.

Share of meetings industry in the economy in 2009

The methodology based on the utilization of tourism satellite account and the scope of the data collected allow only a limited assessment of the contribution of the meetings industry to the economy. This assessment is limited to direct effects and only to those that are the result of the involvement of the accommodation industry, being part of Section H, in providing accommodation to participants of business meetings and events. These effects include:

1. contribution to the generation of added value,
2. contribution to job creation.

Jeśli chodzi o wkład przemysłu spotkań w tworzenie wartości dodanej, to można go obliczyć przyjmując średni dla Polski udział wartości dodanej w produkcji globalnej obiektów hotelowych. Zgodnie z ustaleniami Rachunku Satelitarnego Turystyki kształtował się on na poziomie 0,49. W podobny sposób można oszacować liczbę miejsc pracy stworzonych w bazie hotelarskiej dzięki obsłudze przemysłu spotkań, przyjmując z rachunku satelitarnego turystyki przeciętną sprzedaż na jednego pracującego (po uwzględnieniu inflacji)³. Należy zaznaczyć, że uzyskane wyniki mają charakter jedynie szacunkowy, ponieważ zastosowane współczynniki są przeciętnymi dla całego kraju, podczas gdy w rzeczywistości mogą występować regionalne różnicowania.

Wielkość sprzedaży usług noclegowych ustalono posługując się prezentowanymi wcześniej oszacowaniami dotyczącymi liczby udzielonych noclegów oraz informacjami na temat poziomu cen w hotelach w wybranych miastach. Za podstawę przyjęto ceny w hotelach, ponieważ można oczekiwać, że przeważająca większość noclegów miała miejsce właśnie w tego typu obiektach⁴.

Ogółem oszacowana wielkość sprzedaży usług noclegowych wyniosła w 2009 r. 243 109 PLN. Jej wielkość w poszczególnych miastach ilustruje rys. 28.

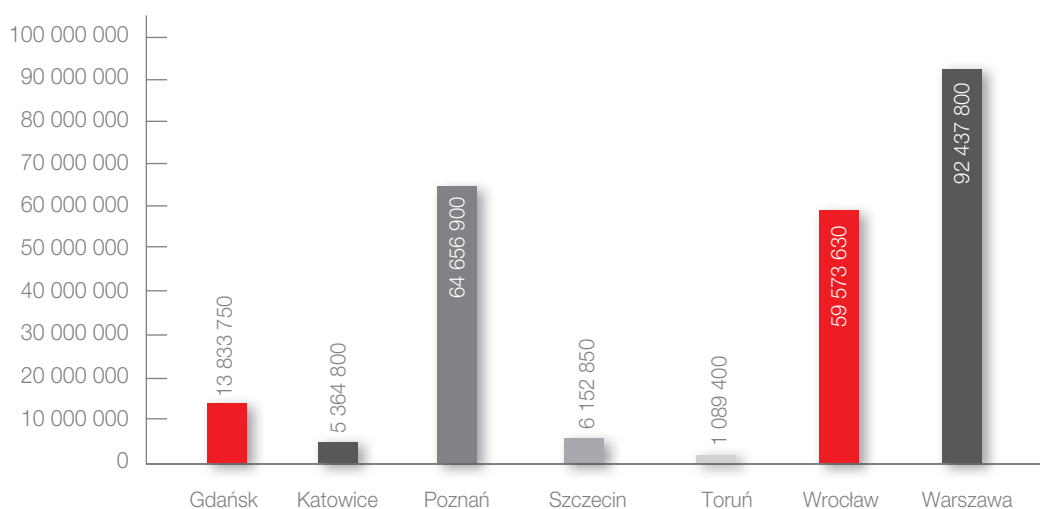
As for the contribution of the meetings industry to the creation of value added, it can be calculated assuming an average share of value added for Poland in the global production of hotel facilities. According to the findings of Tourism Satellite Account, it stood at 0.49. In a similar way, the number of jobs created in the accommodation base due to services provided for meetings industry can be estimated taking the average sales per employee (after adjusting for inflation) from the tourism satellite account³. It should be noted that the results are only an estimate because the coefficients used are the average for the whole country, when, in fact, there may be regional variations.

The sales volume of accommodation services was established by using the previously presented estimates of the number of lodgings provided and the information about the level of prices in hotels in selected towns. It was based on prices in hotels, as it can be expected that the vast majority of nights took place precisely in this type of objects⁴.

Total estimated sales of accommodation services in 2009 amounted to PLN 243 109. Its size in individual cities is illustrated in Figure 28.

Rys. 28. Wpływy ze sprzedaży usług noclegowych uczestnikom spotkań i wydarzeń w 2009 r. PLN

Fig. 28. Proceeds from the sale of accommodation services to participants of meetings and events in 2009 [in PLN]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CBP POT oraz Turystyka w 2009 r., GUS, Warszawa 2010. / Source: Own elaboration on the basis of CBP POT data

Wielkość wpływów wahała się od ponad 92 mln PLN w Warszawie, 65 mln PLN w Poznaniu, 60 mln PLN we Wrocławiu do nieco ponad 1 mln PLN w Toruniu. Jeśli przyjąć za RST współczynnik udziału wartości dodanej we wpływach ze sprzedaży usług hotelowych na poziomie 0,49, to wytworzona ogółem wartość dodana wyniosła ok. 119 mln PLN.

Podobnie, wykorzystując przeciętne dane dla Polski, można stwierdzić, że ogółem przemysł spotkań przyczynił się do stworzenia 4 245 miejsc pracy w bazie hotelarskiej w analizowanych miastach.

The size of the impact ranged from over PLN 92m in Warsaw, PLN 65m in Poznan, PLN 60m in Wrocław to just over PLN 1m in Torun. If we accept the rate of value-added share in the proceeds from sales of hotel services as the RST at the level of 0.49, the total value added generated amounted to approximately PLN 119m.

Similarly, using average data for Poland, it can be concluded that the meetings industry has helped to create 4 245 jobs in the hotel base of the analyzed cities in total.

³ Na podstawie danych z uproszczonego Rachunku Satelitarnego Turystyki dla 2006 r.

⁴ Drożej noclegi w hotelach, „Rzeczpospolita” nr 214/2010, B 1.

³ On the basis of the simplified Tourism Satellite Account for 2006

⁴ „Hotel prices going up” Rzeczpospolita, nr 214/210, B1

Raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry Report 2010” to publikacja, która po raz pierwszy obrazuje próbę zidentyfikowania rynku spotkań i wydarzeń organizowanych w Polsce.

Współpraca Convention Bureau of Poland Polskiej Organizacji Turystycznej z miejskimi i regionalnymi Convention Bureaux umożliwiła zebranie danych z siedmiu miast, z ponad 70 obiektów i dała szansę scharakteryzować ponad 4 000 spotkań i wydarzeń.

W sumie wartość dodana z wpływów sprzedaży usług hotelowych za rok 2009 w analizowanych miejscach i obiektach wyniosła ok. 119 mln PLN, a analizowany fragment przemysłu spotkań przyczynił się do stworzenia 4 245 miejsc pracy w bazie hotelarskiej w analizowanych miastach.

Raport w założeniu Convention Bureau of Poland POT ma być narzędziem służącym promocji Polski jako atrakcyjnego miejsca dla organizacji spotkań stowarzyszeń czy wydarzeń korporacyjnych. Jego pierwsza edycja nie jest pełna, jednakże na podstawie przygotowanych danych w sposób podstawowy pokazuje najważniejsze destynacje dla organizatorów kongresów czy podróży motywacyjnych.

Ponadto są w nim zawarte kontakty dotyczące miejskich i regionalnych Convention Bureaux oraz profesjonalnych organizatorów kongresów czy organizatorów podróży motywacyjnych.

Raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry Report 2010” pozwala z optymizmem patrzeć w przyszłość i dokładniejszą uwagę zwracać na szybki rozwój przemysłu spotkań na terenie Polski ze szczególnym uwzględnieniem stale rosnącej liczby spotkań stowarzyszeń, które wybierają polskie miasta. Warto również pamiętać o wydarzeniach korporacyjnych, które wymagają zupełnie innej infrastruktury i zaplecza logistycznego. Polska i działający tu dostawcy **nie ustępują zagranicznym** kolegom i są również przygotowani do tego rodzaju działań.

Fragment polskiego przemysłu spotkań opisany w tym raporcie jest podstawą do rozpoczęcia zbierania danych i przeprowadzanie profesjonalnych badań ukazujących turystykę biznesową w pełnym świetle. Analiza jakościowa, ilościowa i ekonomiczna dotyczy zaledwie części spotkań i wydarzeń, które faktycznie są organizowane. Uwzględnia podziały na kategorię, rodzaje oraz narodowość.

Przemysł spotkań pomimo swych licznych doświadczeń związanych z rozwojem Polski w XIX wieku zawsze był traktowany inaczej, priorytetowo. Przynosząc znaczące zyski dla lokalnych kas staje się coraz ważniejszym elementem gry biznesowej, politycznej i gospodarczej. Przygotowany raport określa faktyczną liczbę spotkań i wydarzeń w poszczególnym miejscach i miastach.

„Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry Report 2010” is a publication, which for the first time shows an attempt to identify the market for meetings and events organized in Poland.

The cooperation of the Convention Bureau of Poland at the Polish Tourist Organisation, together city and regional Convention Bureaux allowed to collect data from seven cities and from more than 70 venues and has given the opportunity to characterize more than 4 000 meetings and events.

Overall, the value added coming from the sales of hotel services for the year 2009 in the studied locations and facilities amounted to approximately PLN 119m, and the analyzed section of the meetings industry has helped to create 4 245 jobs in the hotel base in the surveyed towns.

The Report, under the assumption of the Convention Bureau of Poland POT, is to be a tool for promoting Poland as an attractive location for association meetings and corporate events. Its first edition is not exhaustive, however, even only basing on the data gathered, it shows the most important primary destinations for the organizers of congresses and motivational trips in a basic way.

Moreover, it contains contact to the city and regional Convention Bureaux and professional organizers of congresses and motivational travel.

Report „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry Report 2010” allows to look ahead with optimism and to pay closer attention to the rapid development of the meetings industry in the Polish territory with particular emphasis on the ever-growing number of associations selecting Polish towns for their meetings. It is also important to remember about corporate events that require completely different infrastructure and logistics backup. Poland and suppliers operating here do not give place to foreign colleagues and are also prepared to provide such services.

The section of the Polish meetings industry described in this Report provides basis for collecting data and conducting professional surveys demonstrating business tourism in full light. The qualitative, quantitative and economic analysis concerns only a part of the meetings and events that are actually organized. It takes into account the divisions by category, type and nationality.

The meetings industry, in spite of its many experiences relating to the development of Poland in the 19. century, has always been treated differently, as a priority. Generating substantial revenue for local authorities, it is an increasingly important part of the business, political and economic game. The Report identifies the actual number of meetings and events in particular locations and towns.

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

MICE meetings, incentives, conferences, events (spotkania, motywacje, konferencje, wydarzenia) lub meetings, incentives, congresses, exhibitions (spotkania, motywacje, kongresy, targi)

Kongres spotkanie przedstawicieli danego stowarzyszenia lub organizacji rządowej lub pozarządowej, w celu omówienia określonej problematyki zazwyczaj trwające kilka dni i skupiające dużą liczbę delegatów.

Konferencja – spotkanie przedstawicieli danego stowarzyszenia lub organizacji rządowej lub pozarządowej, trwające kilka dni i połączone z osiągnięciem wyznaczonego celu. Zazwyczaj mniejsza i krótsza od kongresu.

Podróż motywacyjna – podróż sfinansowana lub współfinansowana przez pracodawcę w celu zmotywowania pracownika lub w ramach nagrody za realizację danego zadania. Często charakteryzująca się wyjątkowym i innowacyjnym programem.

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

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.

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

Biuro Zarządzania Destynacją – lokalny dostawca usług dla spotkań i wydarzeń 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.

Biuro Marketingu Destynacji organizacje odgrywające kluczową rolę w przyciąganiu spotkań i wydarzeń do krajów, miast i regionów, które reprezentują. Marketing destynacji zorientowany na przyciąganie spotkań i wydarzeń biznesowych 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. Krajowe Urzędy Turystyki, miejskie rady ds. turystyki). Mogą być finansowane ze środków publicznych lub prywatnych, a także mieć mieszaną strukturę finansowania.

Biuro Spotkań (Convention Bureau; Convention and Visitor Bureau) organizacja reprezentująca destynacje (państwo, miasto, region), zapewniająca profesjonalne wsparcie organizatorom spotkań i wydarzeń w tym kongresów, konferencji, podróży motywa-

Meetings industry and events – sector (section) of the economy associated with organization, promotion and management of meetings and events, including congresses, conferences, trade fairs, corporate events and incentive travels

MICE – meetings, incentives, conferences, events, or meetings, incentives, congresses, exhibitions (meetings, incentives, congresses, trade fairs)

Congress – meeting of representatives of governmental or non-governmental association or organization, organized to discuss particular issues, usually lasting a few days and gathering a large number of delegates.

Conference – meeting of representatives of a given association or a government organization or an NGO, lasting a few days and combined with the achievement of a specific objective. Typically, smaller and shorter than a congress.

Incentive travel/tourism – travel financed or co-financed by an employer in order to motivate an employee, or as a reward for carrying out the task. It is often characterized by a unique and innovative program.

Association meeting – convention, congress, conference or gathering at which members a given association meet voluntarily. There is also the possibility of the participation of accompanying persons, and the period of planning such a meeting is long. Participants usually debate for a few days and discuss particular issues; they participate in numerous educational sessions.

Event – a company event addressed to its employees, having a character of integration, training, motivation, or cognitive; uniting workers and/or distributors, and often invited guests; often combined with an attractive sightseeing and recreational program, where the costs of travel, accommodation, meals, etc. are paid by the employer.

Professional Congress Organiser (PCO) – a service provider who can plan, prepare and conduct a business meeting including congresses or conferences.

Destination Management Company DMC – a local service provider for meetings and events, responsible for – among others – planning, conducting and settling a meeting or an event; also often responsible for promoting a given destination and organization of accompanying events, technical issues, recreational activities or registration, and entertainment.

Destination Marketing Organization DMO – organizations playing a key role in attracting meetings and events to countries, locations and regions they represent. Destinations marketing oriented to attract business meetings and events can be conducted at various levels, and the institutions that normally deal with it are referred to as Convention Bureaux (Visitor and Convention Bureau – CVB) or as other organizations (e.g. National Tourism Offices, city councils for tourism). They may be publicly or privately funded, and also have a mixed funding structure.

Convention Bureau, Convention and Visitor Bureau – an organization representing a destinations (country, city, region), providing professional support to organizers of meetings and events like congresses, conferences, incentive travels

cyjnych oraz wydarzeń korporacyjnych. Biura spotkań funkcjonują na świecie w większości w trzech formach: jednostki publiczne, publiczno-prywatne lub prywatne. Zazwyczaj finansowane ze składek członkowskich, podatków oraz dotacji rządowych i samorządowych. Członkami są podmioty gospodarcze, które dostarczają produkty i usługi dla przemysłu spotkań i wydarzeń.

Światowa Organizacja Turystyki – 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.

International Congress and Convention Association (ICCA) – organizacja powołana w 1963 r. przez grupę agentów turystycznych. Jeden z pierwszych celów: sformułowanie praktycznych rad, jak funkcjonować na międzynarodowych rynku spotkań. Aktualnie jedna z ważniejszych organizacji związanych z przemysłem spotkań; w 86 krajów zrzesza ponad 900 członków z różnych dziedzin: transport, zakwaterowanie, wyżywienie, usługi.

Meeting Professionals International (MPI) – międzynarodowa organizacja zrzeszająca ponad 24 tysiące ekspertów promujących przemysł spotkań i wydarzeń na świecie. Globalna społeczność działająca na rzecz rozwoju przemysłu dotyczącego spotkań i wydarzeń, w tym: kongresów, konferencji i podróży służbowych. Na świecie funkcjonująca w ramach oddziałów i klubów w ponad 65 regionach.

The Society of Incentive and Travel Executives (SITE) – założona w 1973 roku organizacja non profit. Główny cel to wzmocnienie pozycji turystyki motywacyjnej na świecie. Ponad 2400 członków w 89 krajach jest zrzeszonych w 35 oddziałach. Członkowie to m.in. profesjonalni organizatorzy kongresów, firmy zajmujące się obsługą wydarzeń biznesowych, gestorzy bazy hotelowej, wydawnictwa branżowe, organizacje promujące destynacje.

European Cities Marketing (ECM) – organizacja zrzeszająca 134 główne miasta Europy z 32 krajów; główny cel: zwiększenie liczby odwiedzających poprzez efektywną promocję turystyki i przemysłu spotkań w Europie. Członkami są głównie Biura Informacji Turystycznej oraz Biura Spotkań.

The Union of International Associations (UIA) – instytucja badająca i centrum dokumentujące, z siedzibą w Brukseli. Powstała w 1907 r. Z założenia: non-profit, apolityczna, niezależna oraz pozarządowa. Od 1907 r. prekursor w badaniach, monitoringu oraz udzielaniu informacji o międzynarodowych organizacjach i stowarzyszeniach oraz ich globalnych działaniach.

Aneks – Turystyka biznesowa w Krakowie

Raport „Przemysł spotkań w Polsce – Poland Meetings and Events Industry Report 2010” został opracowany bez danych dotyczących Krakowa. Poniżej prezentujemy fragmenty publikacji „Turystyka MICE w Krakowie w latach 2008–2009. Gestorzy turystyki MICE”⁵ Przedstawione dane są najważniejszymi informacjami dotyczącymi organizacji spotkań i wydarzeń w Krakowie i stanowią podstawę do analizy przemysłu spotkań w tym mieście. Zarówno metodyka jak i podejście nieco różni się od tej zastosowanej w raporcie przygotowanym przez Convention Bureau of Poland POT dlatego przedstawiamy poniżej najistotniejsze fragmenty przygotowanej analizy.

⁵ Strony 36–42 przygotowane na podstawie „Turystyka MICE w Krakowie w latach 2008–2009. Gestorzy turystyki MICE” opracowanej przez zespół w składzie: J. Berbeka, K. Borodako, K. Klimek, A. Niemczyk, R. Seweryn na zlecenie Krakow Convention Bureau.

and corporate events. In the world, CBx operate mostly in three forms: public, public-private or private entities. Usually funded from membership fees, taxes, government or local government subsidies. CBx members are businesses that provide products and services for the meetings and events industry.

World Tourism Organisation (UNWTO) – an international organization, founded in 1975, and since 2003 a specialized UN organization; its purpose is to promote the development of tourism as an important factor of the economic and social development and the international cooperation; as of 2006, its members come from 130 countries, incl. Poland (since 1976); head office in Madrid.

International Congress and Convention Association (ICCA) – an organization founded in 1963 by a group of travel agents. Currently one of the primary objectives: formulation of practical guidelines on how to operate in the international meetings market. One of the most important organizations related to meetings industry, operating in 80 countries; it associates 850 members from various fields: transportation, accommodation, catering and services.

Meeting Professionals International (MPI) – an international organization associating over 24,000 experts promoting the meetings and events industry in the world. Global community focused on the development of the industry of meetings and events, including: congresses, conferences and business travels. Worldwide operates in more than 65 chapters and clubs.

The Society of Incentive and Travel Executives (SITE) – non-profit organization founded in 1973. Its main objective is to strengthen the position of incentive tourism in the world. More than 2,400 members in 89 countries are grouped in 35 branches. Its members include professional congress organizers, companies that support business events, database administrators of a hotel base, trade editors, organizations promoting destinations.

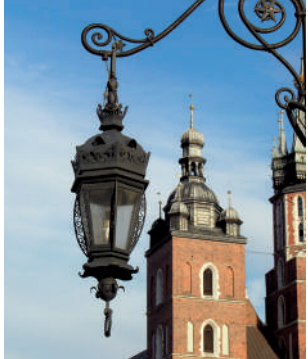
European Cities Marketing (ECM) – an organization of 134 major European cities from 32 countries; its main objective: to increase the number of visitors through the effective promotion of tourism and meetings industry in Europe. Its members are mainly Tourist Information Offices Convention Bureaux.

The Union of International Associations (UIA) – is a research institute and documentation centre, based in Brussels. It was founded in 1907. Non-profit, apolitical, independent, and non-governmental in nature, the UIA has been a pioneer in the research, monitoring and provision of information on international organizations, international associations and their global challenges since 1907.

Appendix – Business Tourism in Krakow

„Przemysł spotkań w Polsce – Poland Meetings and Events Industry Report 2010” had been elaborated without data on Cracow. Below we are presenting excerpts from the publication under the title “MICE Tourism in Cracow in 2008–2009. Administrators of MICE tourism”⁵. The data presented are the most important information on the organization of meetings and events in Cracow and are the basis for the survey of meetings industry in this city. Both the methodology and the approach differs slightly from that used in the report prepared by the Convention Bureau of Poland POT and, therefore, we are trying to outline the most important pieces of the prepared analysis below.

⁵ Pages 36–42 based on “MICE Tourism in Cracow in 2008–2009. Administrators of MICE tourism” developed by a team composed of J. Berbeka, K. Borodako, K. Klimek, A. Niemczyk, R. Seweryn on behalf of the Cracow Convention Bureau.



Liczba oraz rozkład w ciągu roku imprez typu MICE zorganizowanych w Krakowie

Przeprowadzone badania dowodzą, że w roku 2009 zorganizowano w Krakowie 8 972 imprez typu MICE. Wśród imprez dominowały szkolenia i kursy, których zorganizowano ponad 4 tysiące rocznie, co ilustrują dane zestawione na Rysunek 29.

Drugą, bogato reprezentowaną formą imprez były konferencje, których odbyło się w Krakowie ponad dwa i pół tysiąca w każdym z badanych lat. Kolejne, z punktu widzenia liczby przeprowadzonych, były seminaria i kursy, zorganizowano ich ponad 600 w każdym roku.

Mniej odbyło się w Krakowie imprez motywacyjnych oraz wystaw (w tym targów branżowych), ponad trzysta każdego typu w obydwu latach. Jeśli jednak spojrzeć na to arytmetycznie, miała miejsce niemal jedna impreza dziennie, z obu kategorii. Z punktu widzenia liczby, najmniej bogato reprezentowane były w grodzie Kraka duże imprezy, w obu badanych latach zorganizowano po ponad sto zjazdów i kongresów gromadzących 250–500⁶ osób oraz po czterdzieści kongresów dla ponad 500 osób.

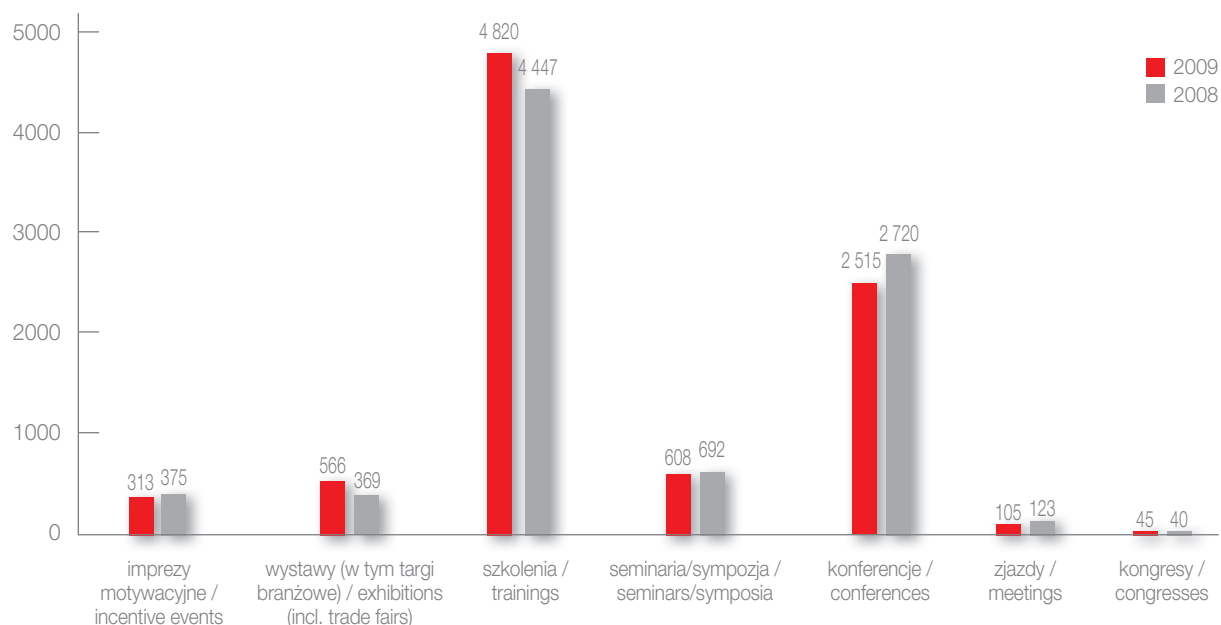
Number and distribution of MICE-like events held in Cracow throughout the year

The conducted surveys show that Cracow held 8972 MICE-like events in 2009. The events were dominated by trainings and courses that accounted for more than 4,000 each year, and which is illustrated by the data summarized in Figure 29.

The second richly represented category of events were conferences, which took place over two and a half thousand times in Cracow in each year in question. In terms of the number of meetings and events carried out, the following position was taken by seminars and courses held more than 600 times each year.

Compared to the above, Cracow hosted fewer incentive events and exhibitions (including trade fairs), i.e. just over three hundred of each type in both years. But if you look at it arithmetically, one event of both categories took place every day. From the standpoint of the number, big events were poorly-represented in the city of Krak in both surveyed years; during those two years Cracow held more than a hundred seminars and congresses, gatherings 250–500⁶ people each, and forty congresses for more than 500 people.

Rys. 29. Liczba imprez typu MICE zorganizowanych w Krakowie w latach 2008–2009
Fig. 29. Number of MICE-like events held in Cracow in the years 2008–2009



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań / Source: Own calculation based on the results of conducted studies.

⁶ Definicje poszczególnych typów imprez zostały przedstawione w części metodycznej. W badaniu wyodrębniono kategorię: kongres/zjazd (ponad 250 osób). W celu zwiększenia przejrzystości rozważań w dalszej części będzie ona opisywana mianem zjazd (by odróżnić od innej kategorii: kongres - gromadzący ponad 500 osób).

⁶ Definitions of various types of events were presented in the methodological part. The survey reduced the categories of congress and meeting (over 250 participants). In order to increase the transparency of our further considerations, it will be described as a meeting (to distinguish it from another category, "congress", bringing in more than 500 people).



Analiza dynamiki liczby organizowanych imprez prowadzi do następujących konkluzji:

1. liczba wystaw (w tym targów branżowych) wzrosła o 53%⁷;
2. liczba kongresów (dla ponad 500 osób) wzrosła o 13%;
3. liczba szkoleń i kursów zwiększyła się o 8%;
4. liczba konferencji zmniejszyła się o 8%;
5. liczba seminariów i sympozjów spadła o 12%;
6. liczba zjazdów i kongresów (dla 250–500 osób) obniżyła się o 15%;
7. liczba imprez motywacyjnych zmalała o 17%.

Można więc stwierdzić, że zmiany nie były duże, najczęściej wynosiły kilkanaście punktów procentowych, natomiast niekorzystny był fakt, że w przypadku aż 4 z 7 rodzajów wyodrębnionych typów imprez nastąpił spadek. Można to tłumaczyć przede wszystkim kryzysem gospodarczym.

Z punktu widzenia miasta i gestorów istotny jest fakt rozkładu imprez w ciągu roku. Szczegółowe badania dla 2009 roku pozwoliły na stwierdzenie pewnych tendencji w tym zakresie. Rozkład wszystkich imprez w ciągu roku przedstawiono na rysunku 30.

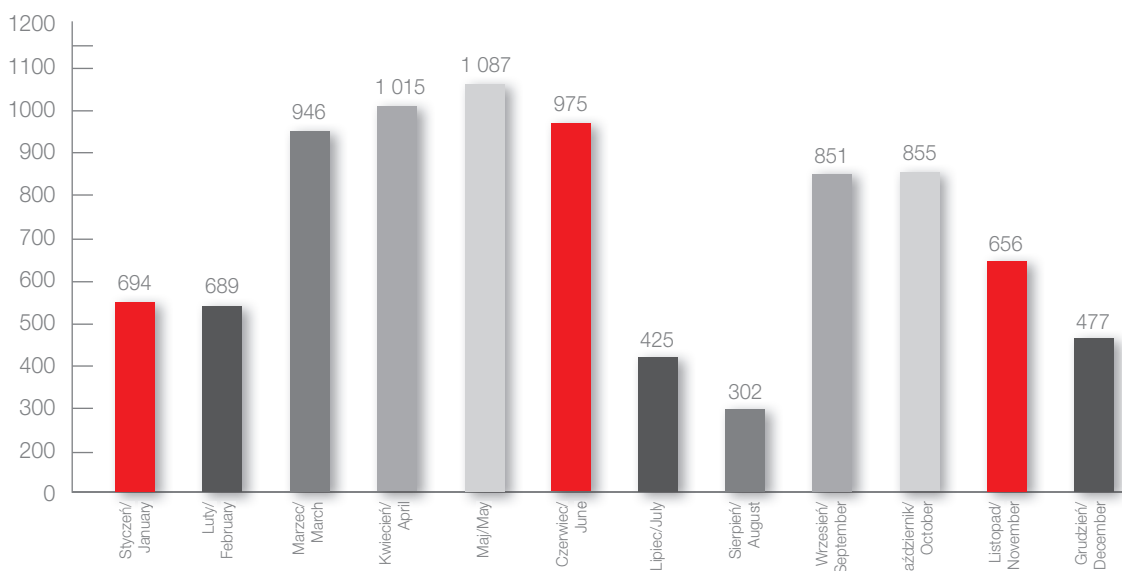
Analysis of the dynamics of the events leads to the following conclusions:

1. number of exhibitions (incl. fair trades) increased by 53%⁷;
2. number of congresses (for more than 500 people) increased by 13%;
3. number of trainings and courses increased by 8%;
4. number of conferences decreased by 8%;
5. number of seminars and symposia decreased by 12%;
6. number of meetings and conferences (for 250–500 people) dropped by 15%;
7. number of incentive events decreased by 17%.

We can conclude that the changes were not large, and mostly amounted to several percentage points, while the negative fact was that as many as 4 of the 7 types of separate types of events recorded decrease. This can be primarily explained by the economic crisis.

What is important from the perspective of the city and administrators is the distribution of events during a year. Detailed surveys for 2009 allowed to established certain trends in this area. The distribution of all the events during the year are shown in Figure 30.

Rys. 30. Rozkład imprez typu MICE w Krakowie w ciągu roku 2009 (liczba)
Fig. 30. Distribution of MICE-like events in Cracow in the course of the year 2009 (number)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań / Source: Own calculation based on the results of conducted studies.

⁷ Tak duży wzrost można tłumaczyć dużym udziałem wystaw organizowanych przez instytucje kultury (instytucje kultury stanowiły 17,5% próby badawczej), spośród których nie wszystkie miały charakter typowo gospodarczy, ale mogły generować ruch turystyczny o charakterze biznesowym.

⁷ Such a large increase can be explained by a high proportion of exhibitions organized by cultural institutions (cultural institutions accounted for 17.5% of the survey population), of which not all were of a purely economic nature, but could generate tourist traffic of a business nature.

Można dostrzec dwa okresy zwiększonej liczebności omawianych imprez w Krakowie: główny, kiedy to organizowano około 1 000 imprez miesięcznie, przypadając na miesiące wiosenne, głównie maj i kwiecień, a ponadto czerwiec i marzec, kiedy to liczba imprez także przekraczała 900. Drugi „wysoki” sezon wystąpił w jesieni, we wrześniu i w październiku. Powyższe tendencje były zgodne z ogólnymi wskazywanymi w literaturze trendami, szczególnie tymi, jakie cechują duże miasta europejskie. Terminem wybieranym zdecydowanie rzadziej na spotkania o charakterze MICE były miesiące letnie: sierpień i lipiec, co również nie odbiega od światowych standardów.

Jeśli spojrzeć na liczbę organizowanych w 2009 roku w Krakowie imprez w rozliczeniu półrocznym, to zdecydowanie dominuje okres do czerwca włącznie, w którym zrealizowano 5 406 imprez, podczas gdy w drugiej połowie roku odbyło się ich 3 566. Analiza kwartalna wykazuje, że najbardziej preferowany był II kwartał, kiedy to odbyło się 3 077 imprez, drugi w kolejności (co można uznać za nieco zaskakujące) był I kwartał, w którym zorganizowano 2 329 imprez. Niewiele mniej spotkań miało miejsce w ostatnich trzech miesiącach roku: 1 988, a najmniej w III kwartale – 1 578.

Każda z rodzajów imprez z zakresu MICE miała swoją specyfikę jeśli chodzi o terminarz.

Kongresy najczęściej organizowano w Krakowie we wrześniu i w czerwcu (por. rysunek 31).

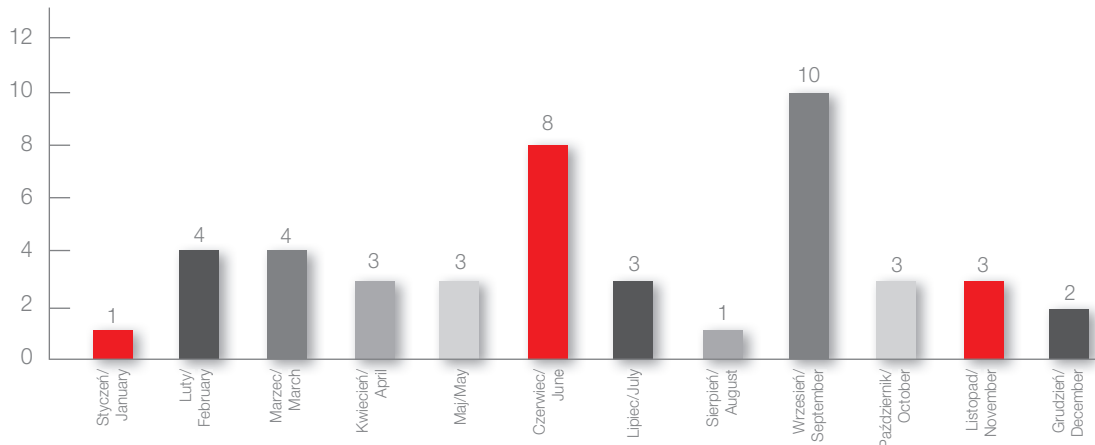
You can record two periods of increased abundance of the events in Cracow: the main period, when 1 000 events per month were organized fell in the spring months, primarily in May and April, and June and October, when the number of events also exceeded 900. The second “high-season” occurred in the fall, i.e. in September and October. These trends were consistent with the general trends that are referred to in the literature, particularly those that characterize the major European cities. The periods chosen much less frequently for the MICE-like meetings was the summer months, i.e. August and July, which also does not deviate from world standards.

If you look at the number of events held in Cracow in 2009 in term of a semi-annual settlement, the period up to June strongly dominated with 5 406 events conducted then, while the second half of the year brought 3 566 events. Quarterly analysis shows that the second quarter was most preferred (3 077 events took place then), and the second in turn (which may be considered somewhat surprising) was the first quarter, when 2 329 events were organized. In the last three months of the year, only a little less meetings took place (1 988), and the lowest number of meetings was held in the third quarter (1 578).

Each event category in the field of MICE has its own characteristics in terms of scheduling.

In Cracow, congresses were most often held in September and June (see Figure 31).

Rys. 31. Liczba kongresów zorganizowanych w Krakowie w poszczególnych miesiącach 2009 roku
Fig. 31. Number of conferences held in Cracow in 2009 by month



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań / Source: Own calculation based on the results of conducted studies

Najmniej chętnie, jako czas zwoływania kongresów, wybierano styczeń i sierpień (tylko po jednym). W pozostałych miesiącach te największe imprezy odbywały się w miarę równomiernie – po 3 lub 4 w każdym z nich. Potwierdza to fakt, że w obu półroczach była prawie identyczna liczba imprez (odpowiednio 23 i 22), a w II i III kwartale zorganizowano ich po 14.

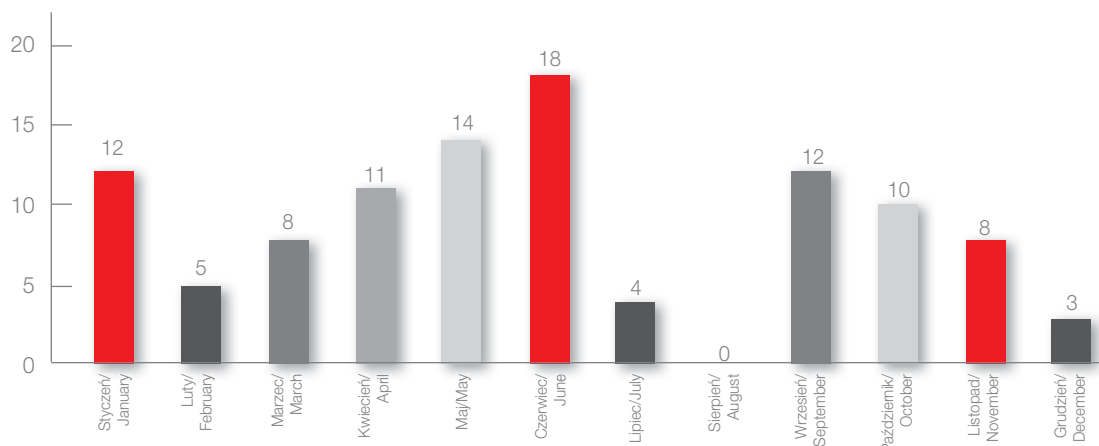
Jeśli chodzi o zjazdy, to ich kumulacja miała miejsce w Krakowie w czerwcu i maju (por. rysunek 32). W sierpniu nie odbył się ani jeden. Większość zjazdów zorganizowano w pierwszym półroczu: 68, w porównaniu z 37 w drugim. Natomiast w ujęciu kwartalnym Kraków był wybierany jako miejsce recepcji zjazdów przede wszystkim w drugim kwartale (43 imprezy).

Much less favorable time of convening congresses was January and August (only one each month). In the remaining months, those biggest events took place as evenly – i.e. three or four each month. This is confirmed by the fact that in both half-years the number of events (23 and 22, respectively) was almost the same; in each of the second and third quarter 14 meetings were held.

As for the meetings, their accumulation took place in Cracow in June and May (see Figure 32) while none was organized in August. Most of the meetings were held during the first half of the year, i.e. 68, compared to 37 in the second. However, in the quarterly context, Cracow was selected as a place for meetings mainly in the second quarter (43 events).



Rys. 32. Liczba zjazdów zorganizowanych w Krakowie w poszczególnych miesiącach 2009 roku
Fig. 32. Number of meetings held in Cracow in 2009 by month

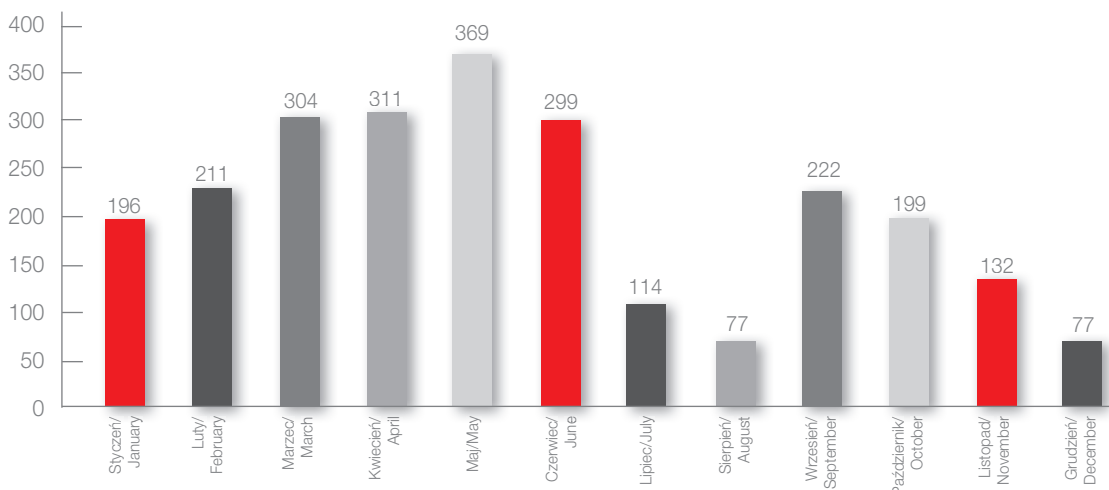


Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań / Source: Own calculation based on the results of conducted studies.

Zbliżony rozkład w ciągu roku miały zrealizowane w Krakowie konferencje – dane zestawiono na rysunku 33.

Conferences held in Cracow had similar distribution during the year; the data illustrating it are summarized in Figure 33

Rys. 33. Liczba konferencji zorganizowanych w Krakowie w poszczególnych miesiącach 2009 roku
Fig. 33. Number of conferences held in Cracow in 2009 by month



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań / Source: Own calculation based on the results of conducted studies.

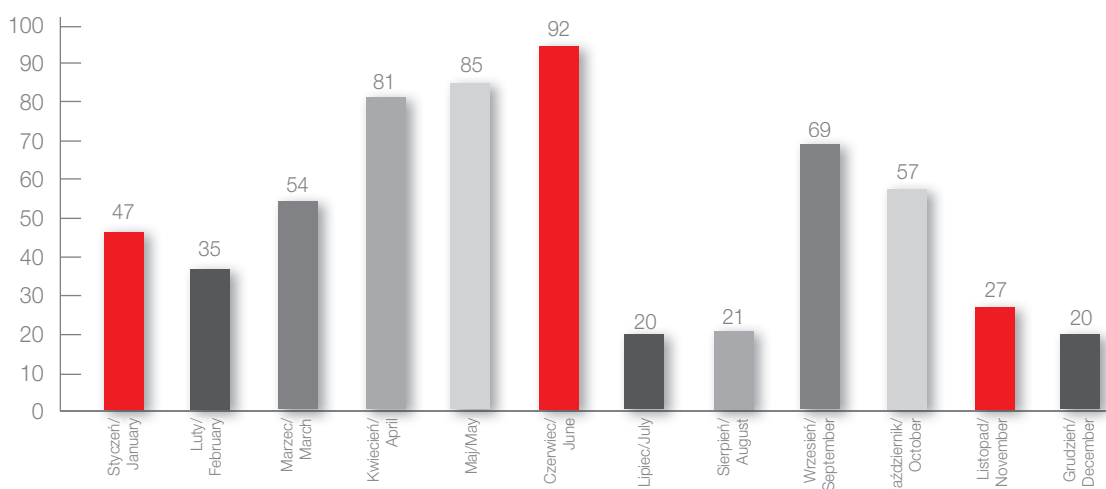
W pierwszym półroczu zorganizowano dwukrotnie więcej konferencji niż w drugim (odpowiednio 1 694 i 821). W przypadku terminu konferencji wybór padał najczęściej na maj (aż 363 imprezy) i kwiecień (311). Ponownie najrzadziej wybieranym miesiącem był sierpień. Analogicznie jak w przypadku zjazdów najczęściej wybierano II kwartał (973 konferencje) i I kwartał (721 spotkań).

In the first half of the year, twice as much conferences were organized compared to the second half (1 694 and 821, respectively). As for the time for conferences, the choice mostly fell to May (as many as 363 events) and April (311). Again, the least frequently selected month was August. Similarly to meetings, the second quarter (with 973 conferences) and the first quarter (with 721 meetings) was most frequently chosen.

Podobne tendencje cechowały rozkład seminariów i szkoleń w ciągu roku 2009 (por. rysunek 34).

Similar trends characterized the distribution of seminars and training sessions during the year 2009 (c.f.: Figure 34).

Rys. 34. Liczba seminariów i sympozjów zorganizowanych w Krakowie w poszczególnych miesiącach 2009 rok
Fig. 34. Number of seminars and symposia held in Cracow in 2009 by month



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań / Source: Own calculation based on the results of conducted studies.

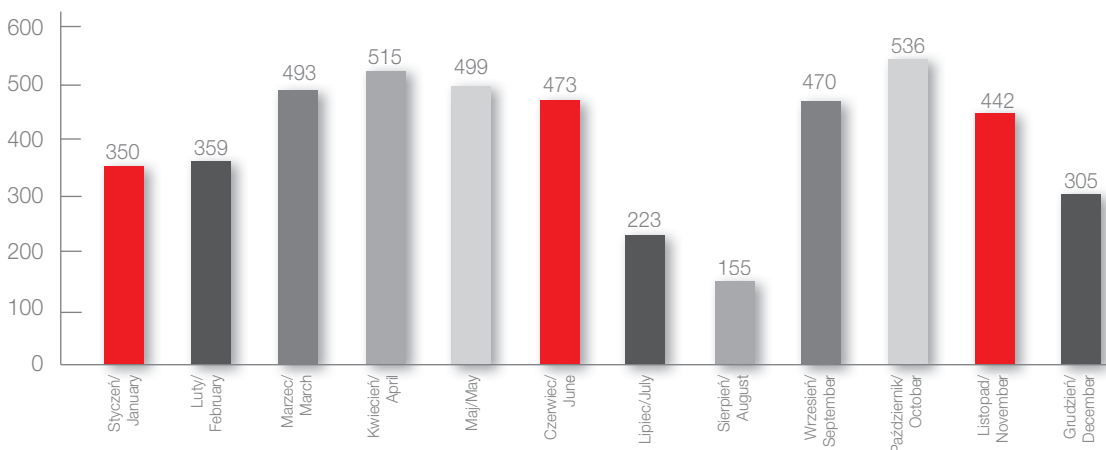
Najwięcej seminariów i sympozjów zorganizowano w miesiącach II kwartału: w czerwcu, maju i kwietniu (odpowiednio: 92, 85 i 81). Ponownie miesiące letnie były rzadko wybierane jako termin zwoływania tego typu imprez.

Most seminars and symposia were held during the second quarter, i.e. in June, May and April (92, 85 and 81, respectively). Again, the summer months were rarely selected as the appointed time for convening events like that.

Rozkład terminów szkoleń i kursów przeprowadzanych w Krakowie w 2009 roku był nieco mniej zróżnicowany (por. rysunek 35).

The distribution of training and courses conducted in Cracow in 2009 was slightly less diversified (see Figure 35).

Rys. 35. Liczba seminariów i kursów zorganizowanych w Krakowie w poszczególnych miesiącach 2009 roku
Fig. 35. Number of trainings and courses organized in Cracow in 2009 by month

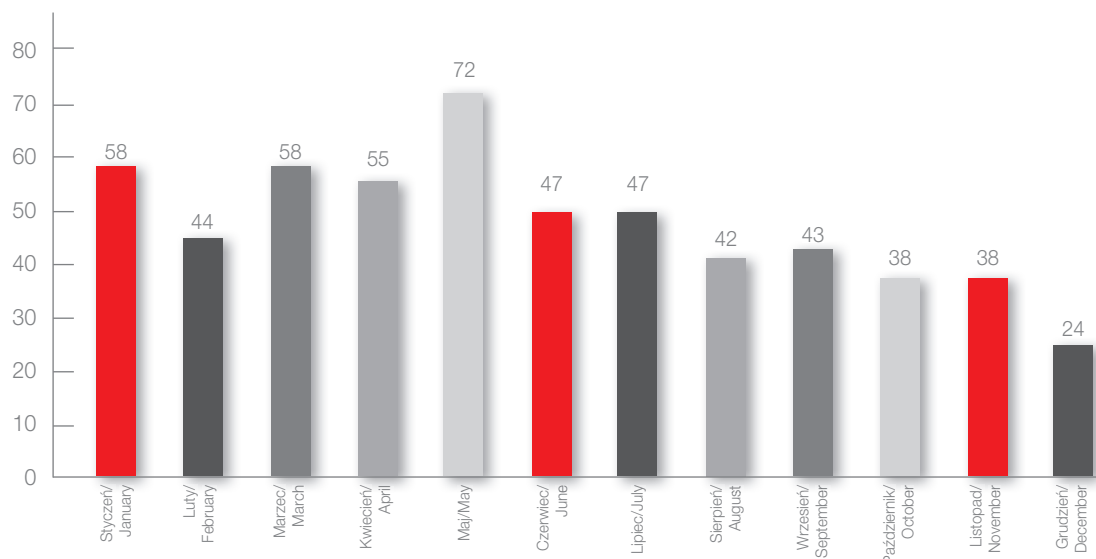


Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań / Source: Own calculation based on the results of conducted studies.

Natomiast terminarz wystaw (w tym targów branżowych) organizowanych w stolicy Małopolski w 2009 roku cechowały nieco inne prawidłowości (por. Rysunek 36). Najwięcej tego typu imprez odbyło się w maju (72), ale różnice w stosunku do innych miesięcy nie były tak znaczące jak w przypadku pozostałych typów eventów. Należy również zauważyć, że liczba spotkań w miesiącach letnich była niewiele niższa od okresu jesiennego. Grudzień oraz październik i listopad cechowały się mniejszą niż inne miesiące liczbą wystaw (w tym targów barażowych) w Krakowie.

In terms of exhibitions (including trade fairs), their schedule in the capital of Malopolska were characterized by slightly different regularities in 2009 (c.f: Figure 36) Most of such events took place in May (72), but differences compared to the other months were not as significant as in the case of other types of events. It should also be noted that the number of meetings during the summer months was slightly lower than that of the autumn. December and October, and November, could be characterized by a lower number of exhibitions (incl. trade fairs) organized in Cracow.

Rys. 36. Liczba wystaw (w tym targów branżowych) zorganizowanych w Krakowie w poszczególnych miesiącach 2009 roku
 Fig. 36. Number of exhibitions (including trade fairs) held in Cracow in 2009 by month

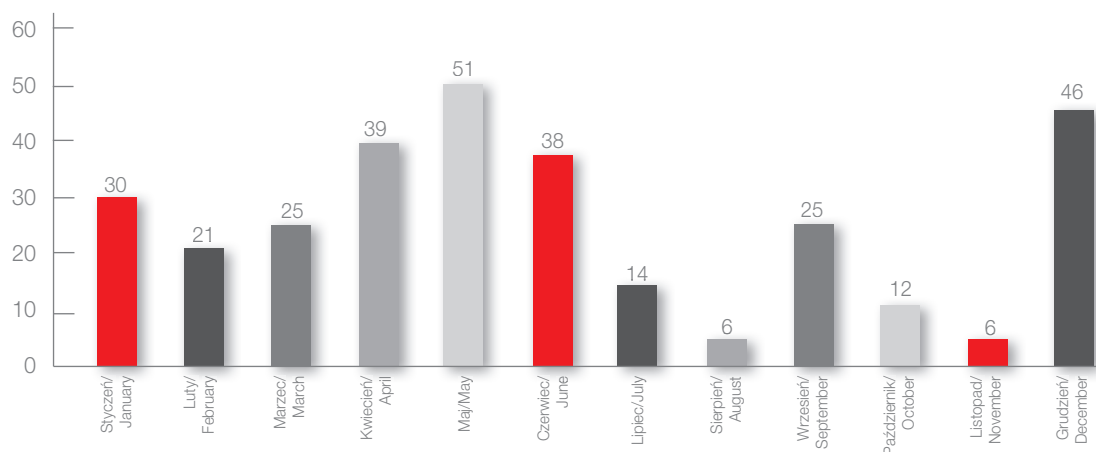


Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań / Source: Own calculation based on the results of conducted studies.

Rozkład imprez motywacyjnych w Krakowie w 2009 roku miał swoją specyfikę. Polegała ona na występowaniu dwóch szczytów: letniego (maj, kwiecień i czerwiec) i zimowego (grudzień i styczeń) – por. Rysunek 37.

Distribution of the incentive events in Cracow in 2009, had its own specificity. It consisted in the presence of two peaks: summer (May, April and June) and winter (December and January) – c.f.: Figure 37.

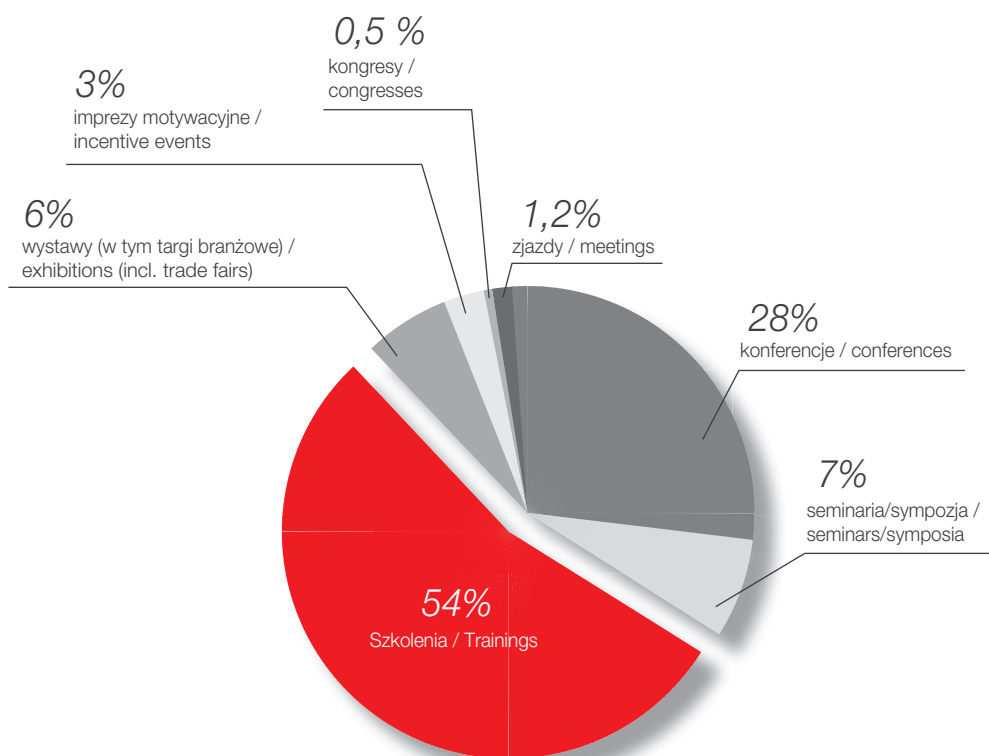
Rys. 37. Liczba imprez motywacyjnych zorganizowanych w Krakowie w poszczególnych miesiącach 2009 roku
 Fig. 37. The number of incentive events held in Cracow in 2009 by month



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań / Source: Own calculation based on the results of conducted studies.

W 2009 roku nie nastąpiły znaczące zmiany w strukturze, co ilustruje Rysunek 38. Szkolenia i kursy miały jeszcze większy udział całości imprez (54%), natomiast niewielkiemu ograniczeniu (o 3 punkty procentowe) uległ udział konferencji (28%). W niewielkim stopniu (o 2 punkty procentowe) wzrósł udział wystaw (w tym targów branżowych).

In 2009, no significant changes in the structure were recorded, as shown in Figure 3. Training and courses had even greater share in total events (54%), while the share of conferences (28%) was subject to a slight reduction (of about 3 percentage points). To a small extent (by about 2 percentage points), the share of exhibitions (including trade fairs) increased



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań / Source: Own calculation based on the results of conducted studies.

Wskaźnik podobieństwa dla powyższych dwóch struktur wynosi 95%, a więc jest bardzo wysoki, co dowodzi, że struktura imprez MICE w badanym okresie w Krakowie była w miarę stała.

Z punktu widzenia miasta, zarówno w wymiarze ekonomicznym, jak i wizerunkowym, powyższa struktura imprez organizowanych w Krakowie nie jest korzystna. Należy dążyć do zwiększenia liczby przeprowadzanych dużych, prestiżowych spotkań.

The similarity index for the two above structures is 95%, so it is very high, which proves that the structure of MICE events in the period considered for Cracow was relatively constant.

From the perspective of the city, both in regard to economics and reputation, the above structure of the events held in Cracow is not favorable. The aim should be to increase the number of large and prestigious events.



Spis planowanych spotkań
międzynarodowych
stowarzyszeń w Polsce
na lata 2011–2015
wg ICCA

List of scheduled meetings
of international associations
in Poland for the years
2011–2015 according
to ICCA

Data / Date	Wydarzenie / Event title	Gdzie / Where
2011	International Richard Wagner Congress	Wroclaw
2011	18 Meeting of the European Association for Red Cell Research -EARCR-	Wroclaw
2011	85 Congress of the World Chess Federation -FIDE-	Cracow
01–07.03.2011	8 Annual Meeting on Neuroprotection and Neuroregeneration -GCNN-	Warsaw
07–11.05.2011	21 International Symposium on Bioelectrochemistry and Bioenergetics -BES 2011-	Cracow
9–14.05.2011	11 International Coastal Symposium -ICS 2011-	Szczecin
12–15.05.2011	19 European Association for Music in Schools -EAS- Conference / ISME European Regional Conference	Gdansk
23–27.05.2011	6 European Conference on the Conservation of Wild Plants	Cracow
26–28.05.2011	22 ECSITE Annual Conference 2011	Warsaw
06–10.06.2011	13 International Lupin Conference	Poznan
13–16.06.2011	7 International Workshop on Mobile Mapping Technology -MMT 2011-	Cracow
15–17.06.2011	Future Network and Mobile Summit 2011	Warsaw
28–02.07.2011	8 Conference of the European Society for Mathematical and Theoretical Biology -ESMTB-	Cracow
07.2011	Congress of the International Secretariat of Catholic Secondary School Teachers -SIESC-	Warsaw
03–08.07.2011	18 International Conference on Solid State Ionics -SSI 18-	Warsaw
07–09.07.2011	5 ICCA Research, Sales & Marketing Programme 2011	Gdansk
07–09.07.2011	4 Association of Language Testers in Europe International Conference -ALTE-	Cracow
10–13.07.2011	5 European Symposium on Plant Lipids	Gdansk
11–16.07.2011	25 International Conference on Yeast Genetics and Molecular Biology	Olsztyn
17–22.07.2011	16 International Symposium on Carotenoids	Cracow
24–28.07.2011	36 International Herpesvirus Workshop -IHW 2011-	Gdansk
08.2011	23 International Conference on Automated Deduction -CADE-	Wroclaw
24–27.08.2011	37 Annual Scientific Meeting of the European Underwater and Baromedical Society -EUBS-	Gdansk
28–01.09.2011	14 International Congress of Radiation Research -IARR-	Warsaw
28–31.08.2011	33 Annual Forum of the EAIR, the European Higher Education Society	Warsaw
30–03.09.2011	52 International Conference on the Biochemistry of Lipids -ICBL-	Warsaw
04–07.09.2011	2011 ICU	Gdansk
05–08.09.2011	13 European Turbulence Conference -ETC 13-	Warsaw
08–11.09.2011	17 Conference of the European Society of General Practice and Family Medicine -WONCA 2011-	Warsaw
11–19.09.2011	13 EUCARPIA Symposium on Fruit Breeding and Genetics	Warsaw
15–17.09.2011	7 International Conference on Third Language Acquisition and Multilingualism -EAEA-	Warsaw
06–08.10.2011	21 Annual Meeting of Alzheimer Europe	Warsaw
2012	26 European Conference on Solid-State Transducer -EUROSENSORS 2012-	Wroclaw
2012	14 European Conference on Mixing -EFCE WP-	
2012	8 International Symposium on Communication Systems, Network and Digital Signal Processing -CSNDSP-	Poznan

Data / Date	Wydarzenie / Event title	Gdzie / Where
11–15.05.2012	2012 World Credit Union Conference -WOCCU-	Gdansk
02–07.07.2012	6 Congress of the European Mathematical Society -EMS-#-	Cracow
03–07.09.2012	5 European Symposium on Aerobiology -ESA-	Cracow
23–26.09.2012	10 Euro Fed Lipid Conference	Cracow
2013	19 International Farm Management Congress -IFMA-	
2013	12 European Lighting Conference	Cracow
2013	11 European Conference of the Association for Gestalt-Therapie -EAGT-	Cracow
2013	19 International Congress of Aesthetics	Cracow
27–10.08.2013	57 Congress of the European Go Federation -EGF-	Gdynia
11–16.08.2013	17 International Conference on Crystal Growth -ICCG- in conjunction with the 15 International Conference on Vapor Growth and	Warsaw
2014	Regional Conference of -IGU-	Cracow
2014	11 Conference of the European Foundation for Plant Pathology -EFPP-	Cracow
2015	Congress of the International Seed Federation -ISF-	Warsaw
2015	European Forum of Sign Language Interpreters AGM and Conference -EFSLI-	

Spis rysunków i tabel / List of Figures and tables

Rys. 1. Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce w latach 2000–2009 według ICCA Fig. 1. Number of association meetings organized in Poland in the years 2000-2009 by ICCA	6
Rys. 2. Ranking państw na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2009 wg ICCA Fig. 2. Ranking of countries based on the number of association meetings organized in 2009 by ICCA.	6
Rys. 3. Ranking miast na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2009 wg ICCA Fig. 3. Ranking of cities on the basis of the number of association meetings organized in 2009 by ICCA.....	7
Rys. 4. Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce w latach 2003–2009 według UIA Fig. 4. Number of association meetings organized in Poland in the years 2003-2009 by UIA.....	8
Rys. 5. Ranking państw na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2009 wg UIA Fig. 5. Ranking of countries based on the number of association meetings organized in 2009 by the UIA.	8
Rys. 6. Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce według statystyk stowarzyszeń ICCA/UIA w latach 2003-2009 Fig. 6. Number of association meetings organized in Poland according to ICCA/ UIA statistics in the years 2003-2009	9
Rys. 7. Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w 2009 roku Fig. 7. Seasonal nature of meetings and events in 2009 qualitatively by month	16
Rys. 8. Liczba spotkań i wydarzeń według długości Fig. 8. Number of meetings and events by duration.....	16
Rys. 9. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według rodzaju Fig. 9. Number of participants by type the subject area of meetings and events	17
Rys. 10. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według kategorii Fig. 10. Number of participants by the category of meetings and events	18
Rys. 11. Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach Fig. 11. Seasonal nature of meetings and events qualitatively by month.....	19
Rys. 12. Liczba spotkań i wydarzeń według miejsce pochodzenia uczestników Fig. 12. Number of meetings and events by origin-destination of the participants	20
Rys. 13. Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju Fig. 13. Number of meetings and events by their subject area.....	21
Rys. 14. Liczba spotkań i wydarzeń według kategorii Fig. 14. Number of meetings and events by category	21
Rys. 15. Liczba spotkań i wydarzeń według miast Fig. 15. Number of meetings and events by place of venue.....	22
Rys. 16. Liczba spotkań i wydarzeń według miast Fig. 16. Number of meetings and events in towns by category.....	23
Rys. 17. Spotkania i wydarzenia w Gdańsku w 2009 roku (%) Fig. 17. Meetings and events in Gdansk in 2009 (in %).....	24
Rys. 18. Spotkania i wydarzenia w Katowicach w 2009 roku (%) Fig. 18. Meetings and events in Katowice in 2009 (in %)	24

Rys. 19. Spotkania i wydarzenia w Poznaniu w 2009 roku (%)	
Fig. 19. Meetings and events in Poznan in 2009 (in %)	25
Rys. 20. Spotkania i wydarzenia w Szczecinie w 2009 roku (%)	
Fig. 20. Meetings and events in Szczecin in 2009 (in%)	25
Rys. 21. Spotkania i wydarzenia w Toruniu w 2009 roku (%)	
Fig. 21. Meetings and events in Torun in 2009 (in %)	26
Rys. 22. Spotkania i wydarzenia w Warszawie w 2009 roku (%)	
Fig. 22. Meetings and events in Warsaw in 2009 (in %)	26
Rys. 23. Spotkania i wydarzenia we Wrocławiu w 2009 roku (%)	
Fig. 23. Meetings and events in Wroclaw in 2009 (in %)	27
Rys. 24. Struktura popytu zgłaszanego przez uczestników spotkań i wydarzeń	
Fig. 24. Demand structure reported by the participants of meetings and events	28
Rys. 25. Liczba noclegów udzielonych uczestnikom spotkań i wydarzeń w 2009 r.	
Fig. 25. Number of night lodgings provided to participants of meetings and events in 2009	29
Rys. 26. Udział bazy hotelarskiej w poszczególnych miastach w obsłudze przemysłu spotkań w 2009 r.	
Fig. 26. Share of hotel accommodation base in servicing meetings industry in 2009 by town	30
Rys. 27. Wkład przemysłu spotkań w wykorzystanie bazy noclegowej w 2009 r.	
Fig. 27. Contribution of meetings industry in the utilization of hotel base in 2009	31
Rys. 28. Wpływy ze sprzedaży usług noclegowych uczestnikom spotkań i wydarzeń w 2009 r. PLN	
Fig. 28. Proceeds from the sale of accommodation services to participants of meetings and events in 2009 [in PLN]	32
Rys. 29. Liczba imprez typu MICE zorganizowanych w Krakowie w latach 2008–2009	
Fig. 29. Number of MICE-like events held in Cracow in the years 2008–2009	36
Rys. 30. Rozkład imprez typu MICE w Krakowie w ciągu roku 2009 (liczba)	
Fig. 30. Distribution of MICE-like events in Cracow in the course of the year 2009 (number)	37
Rys. 31. Liczba kongresów zorganizowanych w Krakowie w poszczególnych miesiącach 2009 roku	
Fig. 31. Number of conferences held in Cracow in 2009 by month	38
Rys. 32. Liczba zjazdów zorganizowanych w Krakowie w poszczególnych miesiącach 2009 roku	
Fig. 32. Number of meetings held in Cracow in 2009 by month	39
Rys. 33. Liczba konferencji zorganizowanych w Krakowie w poszczególnych miesiącach 2009 roku	
Fig. 33. Number of conferences held in Cracow in 2009 by month	39
Rys. 34. Liczba seminariów i sympozjów zorganizowanych w Krakowie w poszczególnych miesiącach 2009 rok	
Fig. 34. Number of seminars and symposia held in Cracow in 2009 by month	40
Rys. 35. Liczba seminariów i sympozjów zorganizowanych w Krakowie w poszczególnych miesiącach 2009 roku	
Fig. 35. Number of trainings and courses organized in Cracow in 2009 by month	40
Rys. 36. Liczba wystaw (w tym targów branżowych) zorganizowanych w Krakowie w poszczególnych miesiącach 2009 roku	
Fig. 36. Number of exhibitions (including trade fairs) held in Cracow in 2009 by month	41
Rys. 37. Liczba imprez motywacyjnych zorganizowanych w Krakowie w poszczególnych miesiącach 2009 roku	
Fig. 37. The number of incentive events held in Cracow in 2009 by month	41
Rys. 38. Struktura imprez typu MICE zorganizowanych w Krakowie w 2009 roku	
Fig. 38. Structure of MICE-like events held in Cracow in 2009	42
Tab. 1. Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w 2009 roku	
Table 1. Seasonal nature of meetings and events in 2009 quatitatively by month	15
Tab. 2. Liczba spotkań i wydarzeń według długości	
Table 2. Number of meetings and events by duration	16
Tab. 3. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według rodzaju	
Table 3. Number of participants by the subject area of meetings and events	17
Tab. 4. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według kategorii	
Table 4. Number of participants by the category of meetings and events	18
Tab. 5. Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach	
Table 5. Seasonal nature of meetings and events quatitatively by month	19
Tab. 6. Liczba spotkań i wydarzeń według miejsce pochodzenia uczestników	
Table 6. Number of meetings and events by origin-destination of the participants	20
Tab. 7. Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju	
Table 7. Number of meetings and events by their subject area	20
Tab. 8. Liczba spotkań i wydarzeń według kategorii	
Table 8. Number of meetings and events by category	21
Tab. 9. Liczba spotkań i wydarzeń według miast	
Table 9. Number of meetings and events by place of venue	22
Tab. 10. Liczba spotkań i wydarzeń w miastach według kategorii	
Table 10. Number of meetings and events by town and category	23
Tab 11. Udział przemysłu spotkań w popycie na usługi noclegowe w wybranych miastach Polski w 2009 r.	
Table 11. Share of meetings industry in the demand for accommodation services in selected Polish towns in 2009	30

Spis firm rekomendowanych przez CBP POT

Convention Bureau of Poland Polskiej Organizacji Turystycznej prowadzi Program Rekomendacji firm wyspecjalizowanych w kompleksowej organizacji i obsłudze kongresów w Polsce. Rekomendację mogą uzyskać podmioty gospodarcze zajmujące się planowaniem i organizacją kongresów, posiadające odpowiednie doświadczenie organizacyjne, zaplecze techniczne oraz przeszkolony zespół pracowników umożliwiający pełną realizację kongresu własnego lub zleconego dla min. 250–500 uczestników.

Poniżej przedstawiamy spis firm rekomendowanych przez CBP POT na dzień 12.11.2010 r.

List of companies recommended by the CBP POT

Convention Bureau of Poland at the Polish Tourist Organisation leads the Recommendation Program of companies specialized in complex organization and servicing of congresses in Poland. The recommendation can be obtained by business entities involved in planning and organization of congresses, having appropriate organizational expertise, technical facilities and trained staff allowing the full implementation of an own or a commissioned congress for a minimum of 250–500 participants.

Below, we are presenting a list of companies recommended by the CBP POT as of Nov. 12th 2010

	BUSINESS SERVICE GALOP biuro@kongresy.com.pl, www.kongresy.com.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Krystyna Gołąbek</i> ul. Żelazna 1, 40-851 Katowice Tel: +48 32/ 253 00 69, Fax: +48 32/ 609 83 33
	CONGRESS-OR Congress & Tourism Bureau k.ornatkiewicz@congressor.com.pl, www.congressor.eu, www.congressor.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Krystyna Ornatkiewicz</i> ul. Żurawia 47, lok. 304, 00-680 Warszawa Tel: +48 22/ 621 31 16, Fax: +48 22/ 628 45 48
	DMC POLAND s.c agnieszka@dmcpoland.com, www.dmcpoland.com	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Agnieszka Faracik-Leśniak</i> ul. Krakusa 9/17, 30-535 Kraków Tel: +48 12/ 397 76 51, Fax: +48 12/ 292 24 68
	DWÓR POLSKI – POLISH MANORHOUSE j.odziejewicz@dworpolski.com.pl, www.dworpolski.com.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Justyna Odziejewicz</i> ul. Krzywińska 7, 60-114 Poznań Tel: +48 61 832 55 00, Fax: +48 61 832 55 02
	Grupa A-05 a05@a05.pl, www.a05.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Piotr Wilczek</i> Plac na Groblach 14/2, 31-101 Kraków Tel: +48 12/ 429 62 23, Fax: +48 12/ 429 62 87
	GLOBAL WINGS info@globalwings.pl, www.globalwings.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Hanna Bargieł</i> ul. Maszałkowska 84/92, 00-514 Warszawa Tel: +48 22/ 870 09 33, Fax: +48 22/ 621 72 91
	GRUPA TRIP biuro@trip.pl, www.trip.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Bożena Jakubiak</i> ul. Tetmajera 35, 34-500 Zakopane tel. +48 18/ 202 02 00, Fax +48 18/ 202 02 05
	HAXEL EVENTS & INCENTIVES dorota.goetzen@haxel.pl, www.haxel.eu	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Dorota Goetzen</i> ul. Raclawicka 58, 30-017 Kraków Tel: +48 22/ 742 04 58, Fax: +48 22/ 742 05 27
	HOLIDAY TRAVEL congress@holidaytravel.pl, www.holidaytravel.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Irena Sokołowska</i> ul. Nowowiejska 10, 00-653 Warszawa Tel: +48 22/ 210 06 55, Fax: +48 22/ 825 91 52

	INSPIRE CONGRESS biuro@inspirecongress.pl, www.inspirecongress.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Katarzyna Młyńczak</i> Nowowiejska 38, 50-315 Wrocław Tel: +48 71/ 780 90 52, Fax: +48 71/ 780 90 54
	MAZURKAS TRAVEL kongresy@mazurkas.com.pl, www.kongresy.mazurkas.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Katarzyna Rokicka</i> Al. Wojska Polskiego 27, 01-515 Warszawa Tel: + 48 22 389 41 50, Fax: +48 22 536 46 10
	MIĘDZYNARODOWE TARGI POZNAŃSKIE – POZNAŃ CON- GRESS CENTER konferencje@mtp.pl, www.mtp.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Waldemar Kujawiak</i> ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań Tel: + 48 61/ 869 20 00, Fax: + 48 61/ 869 26 84
	SYMPOSIUM Cracoviense info@symposium.pl, www.symposium.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Anna Jędrocha</i> ul. Krupnicza 3, 31-123 Kraków Tel: +48 12/ 422 76 00, Fax: +48 12/ 421 38 57
	SZKOLMAX szkolmax@szkolmax.pl, www.szkolmax.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Agata Gościńska</i> ul. Kraszewskiego 7, 33-380 Krynica-Zdój Tel: +48 18/ 427 33 10, Fax: +48 18/ 472 33 61
	Varsovia Tours mice@varsovia-tours.pl, www.varsovia-tours.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Paweł Bruczkowski</i> ul. Puławska 303, 02-785 Warszawa Tel: +48 22/ 549 40 60, Fax: +48 22/ 549 40 66

Convention Bureau of Poland Polskiej Organizacji Turystycznej prowadzi również program rekomendacji firm wyspecjalizowanych w kompleksowej organizacji i obsłudze podróży motywacyjnych (incentive) w Polsce. Rekomendację mogą uzyskać podmioty gospodarcze zajmujące się planowaniem i organizacją podróży motywacyjnych (incentive) w Polsce, posiadające odpowiednie doświadczenie organizacyjne, zaplecze techniczne oraz przeszkolony zespół pracowników umożliwiający pełną realizację imprez incentive dla min. 50–100 uczestników.

Poniżej przedstawiamy spis firm rekomendowanych przez CBP POT na dzień 12.11.2010 r.

Convention Bureau of Poland at the Polish Tourist Organisation also provides a recommendation program of companies specializing in the organization and servicing of comprehensive incentive travels in Poland. The recommendation can be obtained by business entities involved in planning and servicing incentive in Poland, which have appropriate organizational expertise, technical facilities and trained staff to allow full implementation of incentive events for a minimum of 50–100 participants.

Below, we are presenting a list of companies recommended by the CBP PTO as of Nov. 12th, 2010.

	AKTIV TOURS REISEN aktiv@aktivtours.com.pl, www.aktivtours.com.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Michał Jasiczek</i> Nowowiejska 38, 50-315 Wrocław Tel: +48 58 344 38 80
	BUSINESS TRAVEL & ENTERTAINMENT info@business-travel.pl, www.business-travel.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Maciej Ogieniewski</i> ul. Miedziana 9/8, 90-038 Łódź Tel: +48 42/ 636 00 25
	HAXEL Events & Incentive dorota.goetzen@haxel.pl, www.haxel.eu	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Dorota Goetzen</i> ul. Okrężna 119, 02-933 Warszawa Tel: +48 22/ 742 04 58
	INTERCRAC ic@intercrac.com, www.intercrac.com.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Żaneta Sass-Gustkiewicz</i> ul. Krupnicza 3, 31-123 Kraków Tel: +48 12/ 422 58 40
	GRUPA TRIP biuro@trip.pl, www.trip.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Bożena Jakubiak</i> ul. Tetmajera 35, 34-500 Zakopane tel. +48 18/ 202 02 00,

Convention Bureau of Poland (CBP) od 2002 roku działa w strukturach Polskiej Organizacji Turystycznej i jest jednostką odpowiedzialną za promocję Polski jako atrakcyjnej destinacji dla organizacji spotkań i wydarzeń biznesowych, gospodarczych, politycznych i innych.

CBP POT jest pierwszym kontaktem dla wszystkich, poszukujących informacji dotyczących partnerów biznesowych, obiektów konferencyjnych oraz planujących zorganizować kongres stowarzyszenia lub wydarzenie korporacyjne w Polsce.

Naszym priorytetowym celem jest budowanie wizerunku Polski jako kraju atrakcyjnego dla organizacji wszelkiego rodzaju spotkań i wydarzeń. Misję tę realizujemy poprzez:

- udział w międzynarodowych wydarzeniach targowych,
- realizację wizyt studyjnych dla dziennikarzy oraz organizatorów spotkań i wydarzeń w tym konferencji i kongresów stowarzyszeń, podróży motywacyjnych oraz wydarzeń korporacyjnych;
- pozyskiwanie nowych spotkań i wydarzeń dla Polski;
- współpracę z mediami 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 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;
- utrzymywanie stałej współpracy z organizacjami i stowarzyszeniami skupiającymi profesjonalistów związanych z przemysłem spotkań;
- gromadzenie i opracowanie danych statystycznych nt. spotkań i wydarzeń odbywających się w Polsce.

Since 2002, the Convention Bureau of Poland (CBP), has been operating within the structures of the Polish Tourism Organization and is the unit responsible for the promotion of Poland as an attractive destination for business, economic, political and other meetings and events.

POT CBP is the first organization to contact for anyone seeking information on business partners and conference facilities, and for all those planning to organize an association congress or a corporate event in Poland.

Our main objective is to build awareness of Poland as a country attractive for the organizations of any kind of meeting and event. This mission is implemented through:

- participation in international events and exhibitions,
- organization of study visits for journalists and organizers of meetings and events, including association conferences and congresses, incentive travels and corporate events;
- acquiring new meetings and events for the Poland;
- cooperating with the media, and publishing articles and advertisements promoting Poland as a business destination in the press and trade directories;
- maintenance of constant cooperation with the municipal units of the Convention Bureaux within the above mentioned activities;
- establishing cooperation with Polish entrepreneurs within the following programs: Recommended Professional Congress Organizer and Recommended Incentive Travel Company;
- establishing cooperation with the Polish scientific community, among other, within the frameworks of the Program of Polish Congress Ambassadors;
- maintaining constant cooperation with organizations and associations employing professionals related to meetings industry;
- gathering and developing statistical data on meetings and events taking place in Poland.

Ankieta / Questionnaire

Poland Meetings & Events Industry Report 2010								
LP.	Kraj pochodzenia / Country	Nazwa grupy / Name of group	Kategoria / Category	Rodzaj spotkania / Business	Ilość dni / Number of days	Miesiąc / Month	Liczba osób / Persons	Obiekt / Venue

Kategoria / Category: C – kongres, konferencja / congress/conference, CE – wydarzenia korporacyjne / corporate event, INC – podróż motywacyjna / incentive trip, FE – targi, wystawy/fairs, exhibitions
Rodzaj spotkania / Business: HM – medyczne / human medicine, T – technologiczne / technology, ITC – informatyczne, komunikacyjne / information technology, communications,
EP – ekonomiczne, polityczne / economics, politics, HD – humanistyczne / human discipline

Spis Convention Bureaux w Polsce / Listing of Convention Bureaux in Poland

W ramach struktur administracji samorządowej, lokalnej oraz regionalnej na terenie Polski na dzień 1.12.2010 funkcjonuje 8 jednostek Convention Bureaux. Poniżej przedstawiamy szczegółowe dane kontaktowe do wszystkich z nich.

As of 1st December, 2010, there are 8 Convention Bureaux operating within the structures of local government, local and regional administrations in the Polish territory. Below we are presenting contact details for all of them.

 <p>BYDGOSZCZ</p>	<p>BYDGOSZCZ Convention Bureau ewa.slowinska@um.bydgoszcz.pl www.convention.bydgoszcz.pl</p>	<p>Urząd Miasta Bydgoszczy, Wydział Promocji Mista ul. Jezuitska 24, 85-102 Bydgoszcz Tel: +48 52/ 58 58 355, Fax: +48 52/ 58 58 392</p>
 <p>Gdańsk Convention Bureau</p>	<p>GDAŃSK Convention Bureau convention@gdanskconvention.pl www.gdanskconvention.pl</p>	<p>Gdańska Organizacja Turystyczna ul. Długi Targ 28/29, 80-830 Gdańsk Tel: +48 58/ 300 06 59, +48 58/ 305 70 80 Fax: +48 58/301 66 37</p>
 <p>Katowice convention bureau</p>	<p>Convention Bureau KATOWICE convention@convention.katowice.eu www.convention.katowice.eu</p>	<p>Urząd Miasta Katowice Wydział Zagraniczny ul. Młyńska 4, 40-098 Katowice Tel: +48 32/ 25 93 647, Fax: +48 32/ 25 37 423</p>
 <p>KRAKOW convention bureau</p>	<p>KRAKÓW Convention Bureau convention@um.krakow.pl www.krakow.pl/ccb</p>	<p>Urząd Miasta Krakowa, Biuro Marketingu Turystycznego ul. Wszystkich Świętych 3/4, 31-004 Kraków Tel: +48 12/ 616 60 51, +48 12/ 616 60 53, +48 12/ 616 60 68, +48 12/ 616 60 69, +48 12/ 616 13 37, Fax: +48 12/ 616 60 80</p>
 <p>Biuro Kongresów i Spotkań POZnań* *Miasto know-how</p>	<p>POZNAŃ Convention Bureau pcb@um.poznan.pl www.pcb.poznan.pl</p>	<p>Urząd Miasta Poznania Plac Kolegiacki 17, 61-841 Poznań Tel: +48 61/ 878 52 71, Fax: +48 61/ 878 58 40</p>
 <p>Convention Bureau SZCZECIN</p>	<p>Convention Bureau SZCZECIN www.conventionszczecin.eu www.szczecin-convention.pl</p>	<p>ul. Kruszczoza 3/7, 70-730 Szczecin Tel. kom: +48 603 689 832, +48 667 524 829, +48 504 289 617, +48 693 800 925 office@conventionszczecin.eu</p>
 <p>Warsaw Convention Bureau</p>	<p>WARSAW Convention Bureau wcb@warsawtour.pl www.warsawconvention.pl</p>	<p>Stołeczne Biuro Turystyki Plac Zamkowy 10, 00-297 Warszawa Tel: +48 22/ 629 07 50, Fax: +48 22/622 69 68</p>
 <p>Convention Bureau Wrocław</p>	<p>Convention Bureau WROCŁAW info@convention.wroclaw.pl www.convention.wroclaw.pl</p>	<p>ul. Wystawowa 1, 51-618 Wrocław Tel: +48 71/ 347 51 87, +48 71/ 347 51 88 Fax: +48 71/347-51-85</p>



www.poland-convention.pl

Convention Bureau of Poland
Polska Organizacja Turystyczna
ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa
tel. +(48-22) 536 70 73, fax +(48-22) 536 70 04
e-mail: cbp@pot.gov.pl
www.poland-convention.pl



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

