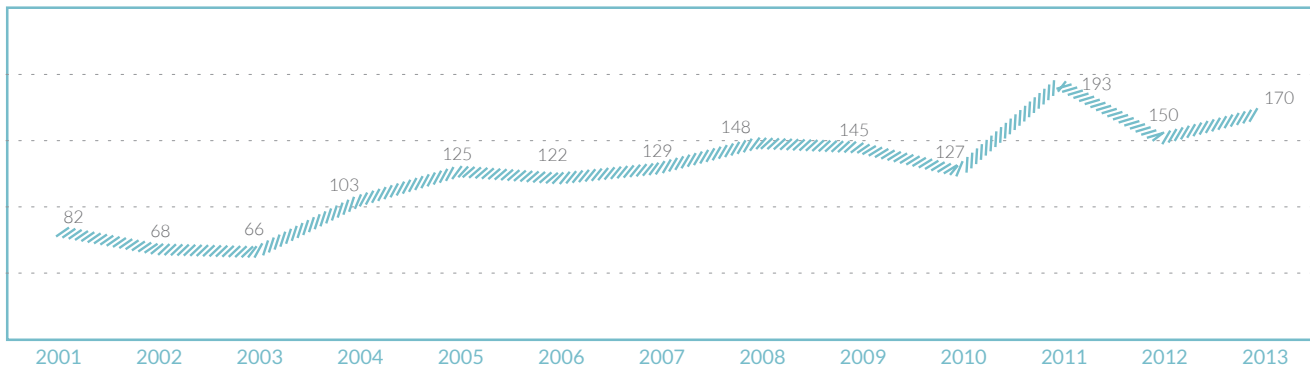


RAPORT PRZEMYSŁ SPOTKAŃ I WYDARZEŃ W POLSCE 2015

POLAND MEETINGS AND EVENTS INDUSTRY
REPORT 2015



Move Your Imagination



61%

spotkań i wydarzeń zorganizowanych w hotelach

meetings and events organized in hotels



Kształtowanie pozycji konkurencyjnej światowych i polskich miast

Competitive position of world and Polish cities



8 314 tys.

liczba noclegów sprzedanych uczestnikom spotkań (23,3% ogółu noclegów udzielonych w bazie hotelowej) / number of nights sold to meeting participants (approximately 23,3% of the total accommodations provided this year in Poland)

484,7 mln PLN

sprzedaż usług gastronomicznych / sale of catering services

54,7 mln PLN

sprzedaż usług kulturalno-rekreacyjnych / sale of cultural and recreational services

3 dni/days

przeciętny czas trwania kongresu / the average duration of the congress

3,2 dnia/day

przeciętny czas pobytu uczestnika targów / the average length of stay of the tradefair participant

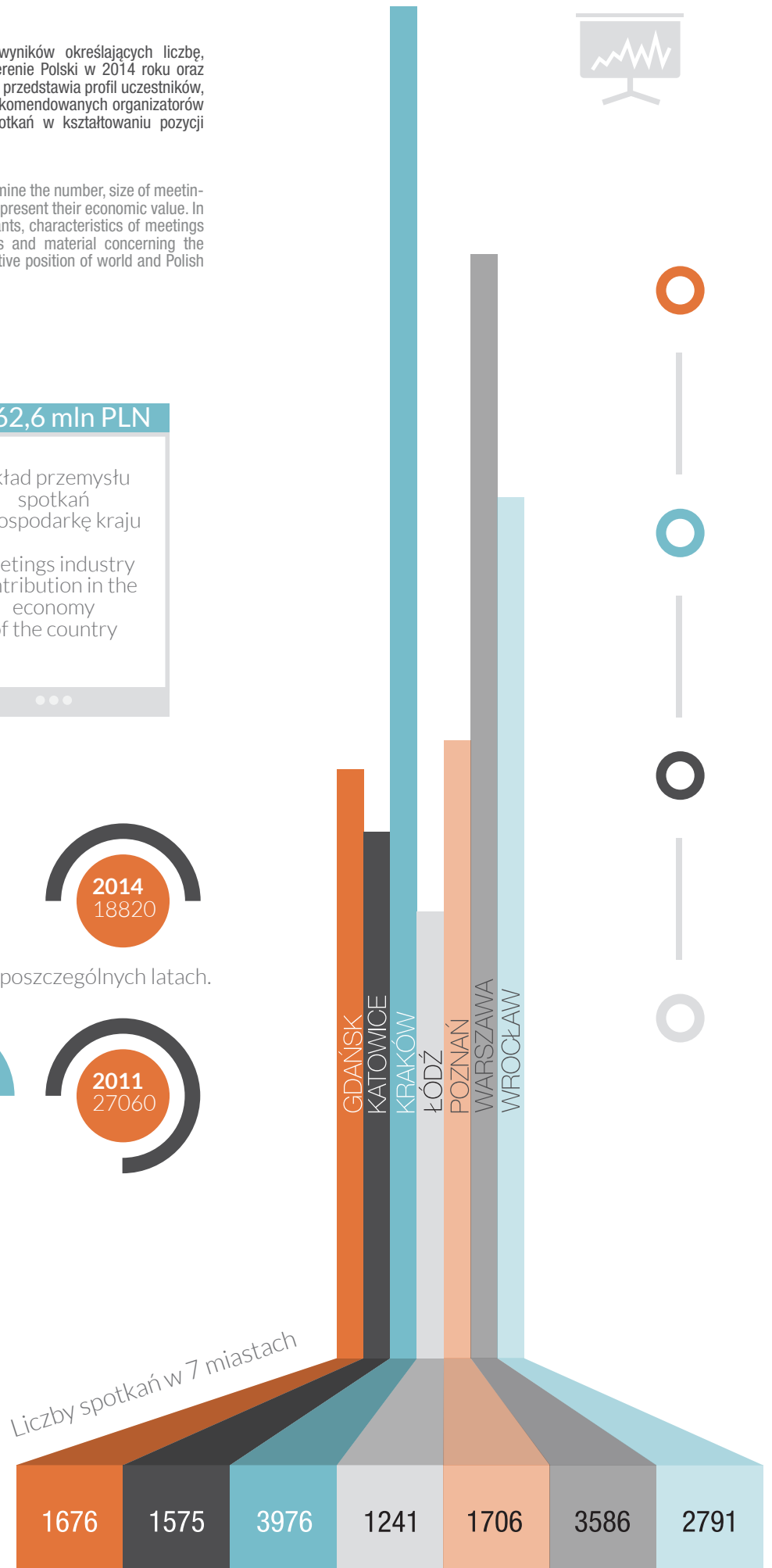
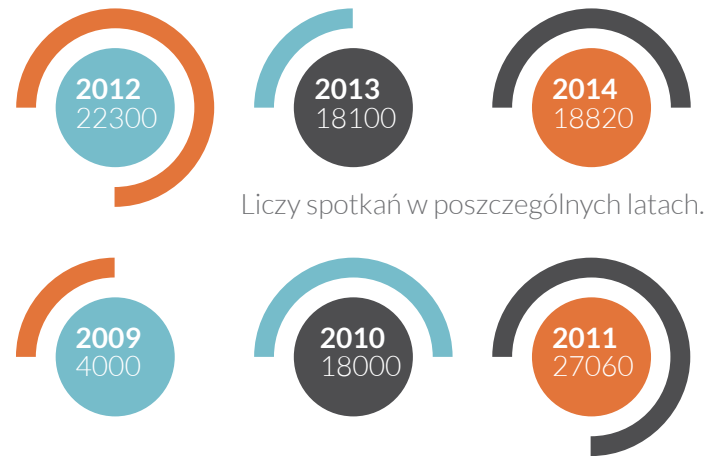
745 PLN

przeciętne wydatki na noclegi uczestnika konferencji / average expenditure on accommodation for conference participant



Głównym celem opracowania jest prezentacja wyników określających liczbę, rozmiar spotkań i wydarzeń organizowanych na terenie Polski w 2014 roku oraz ukazanie ich wartości ekonomicznej. Ponadto raport przedstawia profil uczestników, charakterystykę spotkań zorganizowanych przez rekomendowanych organizatorów oraz materiał dotyczący znaczenia przemysłu spotkań w kształtowaniu pozycji konkurencyjnej światowych i polskich miast.

The main objective is to present results which determine the number, size of meetings and events which are held in Poland in 2014 and present their economic value. In addition, the Report presents the profile of participants, characteristics of meetings which are organised by recommended organisers and material concerning the importance of meeting industry in shaping competitive position of world and Polish cities.



RAPORT PRZEMYSŁ SPOTKAŃ I WYDARZEŃ W POLSCE 2015

POLAND MEETINGS AND EVENTS INDUSTRY REPORT 2015

Autor/Author:

dr Krzysztof Celuch

Konsultacja naukowa raportu/Science consultant:

prof. SGH dr hab. Ewa Dzedzic

Recenzent/Reviewer:

prof. UEK dr hab. Jadwiga Berbeka

Korekta/Correction:

Magdalena Kondas

Konkurencyjność miast/Competitive position of cities:

dr Piotr Zmyślony

Okładka/Cover

fot. Wojciech Wandzel, www.wandzelphoto.com

Wydawca/Publisher:

Poland Convention Bureau

Polska Organizacja Turystyczna /Polish Tourist Organisation

ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa

tel. +(48-22) 536 71 05, fax +(48-22) 536 70 04

e-mail: polandcb@pot.gov.pl

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



Publikacja jest dostępna na licencji Creative Commons: Uznanie autorstwa 3.0 Polska.

Pewne prawa zastrzeżone na rzecz autora. Zezwala się na wykorzystanie publikacji zgodnie z licencją – pod warunkiem zachowania niniejszej informacji licencyjnej oraz wskazania autora jako właściciela tekstu.

© Copyright by:

Poland Convention Bureau

Polska Organizacja Turystyczna /Polish Tourist Organisation

Warszawa 2015 / Warsaw 2015

Spis treści / Table of contents

1. Wstęp <i>Introduction</i>	3
2. Polska w rankingach międzynarodowych organizacji przemysłu spotkań <i>Poland in international rankings of meetings industry organizations</i>	4
2.1. Liczba spotkań w Polsce w latach 2001 – 2013 wg International Congress & Convention Association (ICCA) <i>Number of meetings in Poland in the years 2001 – 2013 according to International Congress & Convention Association (ICCA)</i>	4
2.2. Liczba spotkań w Polsce w latach 2003 – 2013 wg Union of International Association (UIA) <i>Number of meetings in Poland in the years 2003 – 2013 according to Union of International Association (UIA)</i>	5
2.3. Porównanie statystyk ICCA oraz UIA w latach 2003 – 2013 dla Polski <i>Comparison of ICCA and UIA statistics in the years 2003 – 2013 for Poland</i>	5
2.4. Spis spotkań międzynarodowych stowarzyszeń w Polsce w 2014 roku <i>The list of international meetings concerning associations in Poland in 2014</i>	6
3. Spotkania i wydarzenia w Polsce w 2014 roku w świetle badań krajowych <i>Meetings and events in Poland in 2014 in the light of the national research</i>	9
3.1. Metodyka badań <i>Research methodology</i>	9
3.2. Charakterystyka próby badawczej <i>Characteristics of the research sample</i>	10
3.3. Analiza i wyniki badań <i>Analysis and research results</i>	11
3.3.1. Analiza ilościowa (liczba uczestników wg tematu i rodzaju spotkania, liczba spotkań, rozkład w ciągu roku) <i>Quantitative analysis (number of participants according to the subject and the type of meeting, number of meetings, distribution during the year)</i>	11
3.3.2. Charakterystyka jakościowa (kategoria i rodzaj spotkań, miejsce pochodzenia uczestników) <i>Qualitative characteristics (category and type of meetings, place of the participants' origin)</i>	15
3.3.3. Analiza ekonomiczna spotkań i wydarzeń w Polsce w roku 2014 <i>Economic analysis concerning meetings and events which were held in Poland in 2014</i>	29
3.3.4. Porównanie spotkań i wydarzeń w latach 2009-2014 <i>Comparison of meetings and events in the years 2009-2014</i>	34
4. Spis planowanych spotkań międzynarodowych stowarzyszeń w Polsce na lata 2015 – 2021 <i>List of planned meetings concerning international associations in Poland in the years 2015 – 2021</i>	39
5. Analiza ilościowo – jakościowa spotkań i wydarzeń zorganizowanych przez rekomendowanych organizatorów kongresów i podróży motywacyjnych <i>Analysis of the quantity and quality of meetings and events organized by recommended congresses and incentive travel organizers</i>	42
6. Znaczenie przemysłu spotkań w kształtowaniu pozycji konkurencyjnej światowych i polskich miast <i>The importance of the meetings industry in shaping the competitive position of world and Polish cities</i>	48
7. Podsumowanie <i>Summary</i>	50
8. Źródła <i>Sources</i>	52
9. Spis Rysunków <i>List of Figures</i>	53
10. Spis Tabel <i>List of Tables</i>	54
11. Spis Convention Bureaus w Polsce <i>List of convention Bureaus in Poland</i>	55
12. Spis firm rekomendowanych przez PCB POT <i>List of companies recommended by PCB POT</i>	56

Raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry 2015” został przygotowany przez Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej przy współpracy z regionalnymi convention bureaus z całej Polski, obiektami, w których odbywają się spotkania oraz Szkołą Główną Handlową i Uniwersytetem Ekonomicznym w Krakowie.

Głównym celem opracowania jest prezentacja wyników określających liczbę, rozmiar spotkań i wydarzeń organizowanych na terenie Polski w 2014 roku oraz ukazanie ich wartości ekonomicznej. Ponadto raport przedstawia profil uczestników, charakterystykę spotkań zorganizowanych przez rekomendowanych organizatorów oraz materiał dotyczący znaczenia przemysłu spotkań w kształtowaniu pozycji konkurencyjnej światowych i polskich miast.

Tegoroczna edycja raportu to obraz 18 820 spotkań i wydarzeń, które są ukazane w ujęciu ilościowym i jakościowym. Ponadto pojawiła się analiza miast i regionów oraz kontynuacja badań profilu uczestników spotkań odbywających się na terenie Polski. Analiza przedstawiona w poniższym raporcie już tradycyjnie jest oparta o normy przyjęte w studium dotyczącym turystyki związanej ze spotkaniami „Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry Developing a Tourism Satellite Account Extension”, opracowanym przez Światową Organizację Turystyki (UNWTO) oraz członków afiliowanych. Zgodnie z założeniami UNWTO, w opracowaniach statystycznych są brane pod uwagę spotkania i wydarzenia spełniające takie warunki jak: udział minimum 10 uczestników, czas trwania co najmniej pół dnia tj. cztery godziny, 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 2015” jest narzędziem, które ukazuje rolę przemysłu spotkań w rozwoju gospodarki w Polsce. Prezentując kolejną edycję, dziękujemy wszystkim regionalnym convention bureaus, które włączyły się we wspólne zbieranie danych w ostatnich latach.

Liczba 18 820 spotkań i wydarzeń, to wynik danych przekazanych przez wszystkie działające w Polsce biura marketingu miejsc. Takie porozumienie wydaje się być kluczowym ze względu na dalszą współpracę w przemyśle spotkań na terenie Polski, jednak warto pamiętać iż są to nadal dane szacunkowe.

Warta podkreślenia jest także kontynuacja prac nad profilem uczestnika spotkania biznesowego czy charakterystyka konkurencyjności miast.

Rok 2014 był dla zespołu Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej okresem podsumowań projektów unijnych oraz w głównej mierze kontynuacją rozpoczętych działań marketingowych na wybranych rynkach. Promocja Krakowa i konferencji MPI European Meetings and Events 2015, stoisko narodowe na targach IMEX, IMEX America i EIBTM czy kolejne rekomendacje organizatorów to zaledwie wybrane działania podsumowujące 2014 rok.

**Życzymy miłej lektury.
dr Krzysztof Celuch z zespołem**

“Poland Meetings & Events Industry Report 2015” was prepared by Poland Convention Bureau of Polish Tourist Organization in cooperation with the regional convention bureaus from all over Poland, venues where meetings are held, Warsaw School of Economics and Cracow University of Economics.

The main objective is to present results which determine the number, size of meetings and events which are held in Poland in 2014 and present their economic value. In addition, the Report presents the profile of participants, characteristics of meetings which are organised by recommended organisers and material concerning the importance of meeting industry in shaping competitive position of world and Polish cities.

This year's edition of the report presents the image of 18820 meetings and events of quantitative and qualitative characteristics. In addition, another analysis of cities and regions appeared and continuation of research concerning the profile of participants of meetings which were held in Poland. The analysis presented in the following Report is traditionally based on standards assumed in the study concerning tourism related to the meeting entitled “Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry Developing a Tourism Satellite Account Extension”, prepared by the World Tourism Organization (UNWTO) and affiliated members. According to UNWTO assumptions, statistical studies, meetings and events which comply with the following conditions are taken into account: participation of minimum 10 participants, duration at least of half a day, i.e. 4 hours and more, place (venue), where the meeting is held and was paid especially for this purpose. “Poland Meetings and Events Industry 2015” is the tool which presents an important role of the meeting industry in the development of the economy Poland. Presenting another edition we want to thank all regional convention bureaus which join the common collection of data in recent years.

18820 meetings and events constitute data provided by all marketing offices in Poland which seem to be the key owing to further cooperation in meetings industry which are held in Poland. Continuation of works on the profile of participant of the business meeting or characteristics of cities competitiveness are novelties which are worth mentioning.

The year 2014 for Poland Convention Bureau of Polish Tourist Organization was the period of summaries concerning the EU projects and mainly the continuation of initiated marketing activities on selected market. Promotion of Kraków and conference of MPI European Meetings and Events 2015, national stand on IMEX, IMEX America and EIBTM fairs or subsequent organisers' recommendations constitute only selected summarizes activities concerning the year 2014.

**We wish you pleasant reading.
Krzysztof Celuch PhD with the team**

Rok 2014 to przede wszystkim okres większego zainteresowania Polską jako destynacją atrakcyjną pod kątem organizacji kongresów i konferencji. Ponad 50% wszystkich zarejestrowanych spotkań stanowią te, które wielokrotnie w literaturze uznawano za najważniejsze dla organizatorów. Takie wyniki analizy tym bardziej cieszą, jeśli weźmie się także pod uwagę dane międzynarodowych stowarzyszeń, które prowadzą statystyki dotyczące kongresów. Poniżej zostały przedstawione przykłady analiz polskiego rynku spotkań właśnie w oparciu o dane najbardziej wpływowych organizacji tzn. ICCA – International Congress and Convention Association oraz UIA – Union of International Associations.

The year 2014, first of all, constitutes the period of significant interest in Poland as an attractive destination for organisers of congresses and conferences. More than 50% of all registered meetings constitute those which in literature were considered as the most important for organisers. Such results of the analysis are more pleasant if we take into account data of international associations which conduct statistics concerning congresses. Examples of Polish meetings market analyses are presented below, based on data of the most influential organizations i.e. ICCA – International Congress and Convention Association and UIA – Union of International Associations.

2.1 Liczba spotkań w Polsce w latach 2001 – 2013 według International Congress & Convention Association (ICCA)

Do kluczowych raportów przedstawiających 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 destynacji oraz nierzadko istotną przesłanką decyzyjną dla organizatorów kongresów.

ICCA układa swój ranking na podstawie zebranych danych o spotkaniach stowarzyszeń z podziałem na dwie kategorie: międzynarodowe stowarzyszenia oraz międzynarodowe stowarzyszenia pozarządowe, które spełniają jednocześnie trzy warunki:

- odbywają się cyklicznie.
- skupiają minimum 50 uczestników,
- migrują pomiędzy co najmniej trzema państwami.

Na tej podstawie w ramach systematycznie prowadzonych analiz powstaje co roku raport „Statistics Report The International Association Meetings Market”. Dane tego raportu ukazują Polskę jako miejsce organizacji spotkań stowarzyszeń w latach 2001 – 2013. (Rys. 1)

Rys. 1 Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce w latach 2001 – 2013 według ICCA

2.1 Number of meetings which were held in Poland in the years 2001 – 2013 according to International Congress & Convention Association (ICCA)

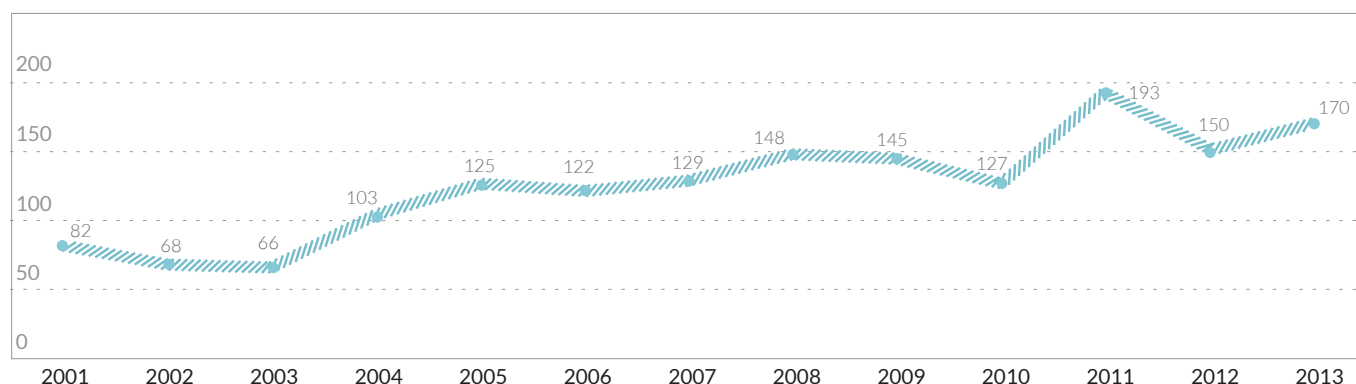
The key Reports which show the number of organised associations meetings in particular countries include publications of International Congress and Convention Association (ICCA) and Union of International Associations (UIA). These are two organizations which every year prepare statistics with regard to meetings industry. Both rankings are a stimulus for further development of destinations and often an important decision-making premise for organisers of congresses.

ICCA forms its ranking on the basis of collected data on association meetings with breakdown into two categories: international associations and international, non-governmental associations which meet at the same time three conditions:

- they are held periodically,
- they gather minimum 50 participants,
- they migrate between at least 3 countries.

Based on this, under systematically conducted analyses the Report entitled “Statistics Report the International Association Meetings Market” is formed. Data of this Report show Poland as the place where association meetings were held in the years 2001-2013. (Fig. 1)

Fig. 1 Number of association meetings organised in Poland in the years 2001-2013 according to ICCA



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ICCA.

Source: Own study on the basis of ICCA data.

2.2 Liczba spotkań w Polsce w latach 2003 – 2013 według Union of International Association (UIA)

Drugim ważnym raportem jest „International Meeting Statistics” wydawany przez Union of International Association (UIA). UIA układa swój ranking na podstawie zebranych danych o międzynarodowych spotkaniach, które spełniają jednocześnie cztery kryteria:

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

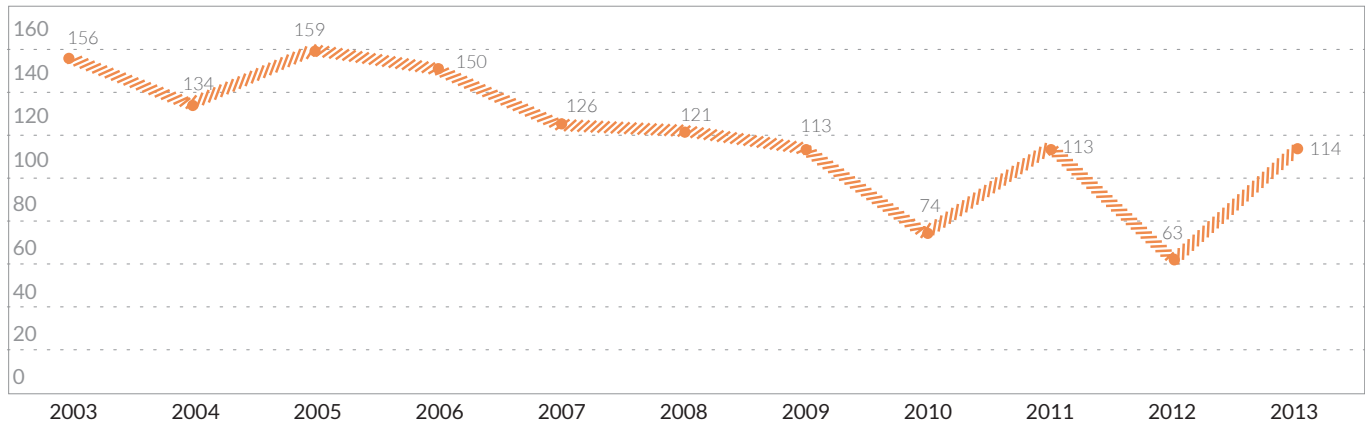
Rys. 2 Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce w latach 2003 – 2013 według UIA

2.2 Number of meetings which are held in Poland in the years 2003 – 2013 according to Union of International Association (UIA)

Another significant Report is “International Meeting Statistics” issued by the Union of International Association (UIA). UIA forms its ranking on the basis of collected data on international meetings which meet at the same time four criteria:

- they last at least 3 days,
- they gather minimum 300 participants,
- participants come from minimum 5 countries,
- at least 40% of participants come from foreign countries.

Fig. 2 Number of association meetings organised in Poland in the years 2003-2013 according to UIA



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych UIA.

Source: Own study on the basis of UIA data.

2.3 Porównanie statystyk ICCA oraz UIA w latach 2003 – 2013 dla Polski

Raporty ICCA i UIA analizują spotkania pod kątem takich kryteriów jak: liczba uczestników, dziedziny i tematyka wydarzeń oraz ich charakter. Różnorodność kryteriów stosowanych przez obydwa stowarzyszenia jest istotna, jednak pomimo to wyniki omawianych raportów 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.

Liczba spotkań zakwalifikowanych przez International Congress and Convention Association oraz przez Union of International Associations jest różna ze względu na wspomniane już przyjęte kryteria określania zbiorowości generalnej. Jednakże warto porównać i przedstawić w bezpośrednim zestawieniu liczbę zorganizowanych w Polsce spotkań, co zobrazowano na rys. 3

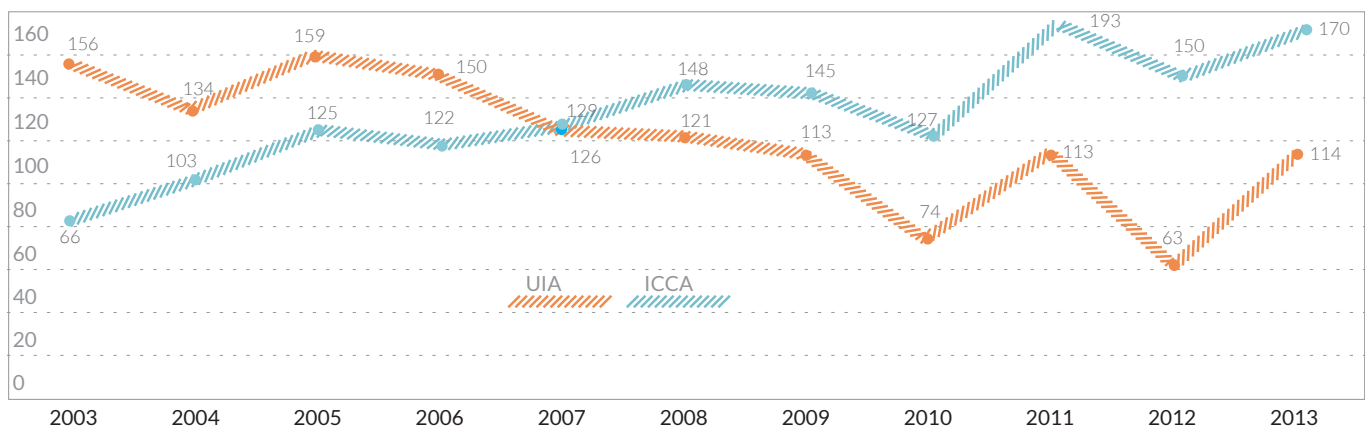
Rys. 3 Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce według statystyk stowarzyszeń ICCA i UIA w latach 2003 – 2013

2.3 Comparison of ICCA and UIA statistics in the years 2003 – 2013 for Poland

Both Reports (ICCA, UIA) analyze meetings in terms of such criteria as: number of participants, field and subject matter and their character. Diversity of criteria which are applied by both associations is important, however, despite this fact, their results are very often compared. In addition, both organizations exchange data concerning associations meetings and their members have an access to databases and records details of both ICCA and UIA.

Number of associations meetings qualified by International Congress and Convention Association (ICCA) and also by Union of International Associations (UIA) is different owing to already mentioned and approved criteria which determine the general community. However, it is worth comparing and presenting in the direct comparison, the number of meetings organised in Poland which is shown in Fig. 3

Fig. 3 Number of association meetings organised in Poland in the years 2003 – 2013 according to the statistics of associations ICCA and UIA



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ICCA i UIA.

Source: Own study on the basis of ICCA and UIA data.

Dane zestawione na rys. 3 ukazują liczbę spotkań stowarzyszeń sklasyfikowanych przez ICCA i UIA w latach 2003 – 2013. Zgodnie z danymi UIA na terenie Polski najwięcej spotkań (159) zorganizowano w 2005 roku. Kolejnymi dobrymi latami w rankingach były: rok 2003 – 156 spotkań oraz 2006 – 151 spotkań. Warto zauważyć, że liczbą spotkań w roku 2013, kiedy to nastąpił znaczący wzrost (114) w porównaniu z rokiem 2012 (63), tj. o 84%. Natomiast zgodnie z danymi ICCA najlepszym okazał się rok 2011 (193 spotkania). Również w tym przypadku obserwujemy istotny wzrost, porównując okres do 2010 roku. Warto również odnotować spadek do 150 spotkań w roku 2012, ale także wzrost w 2013 o 13%. Najgorszym rokiem zgodnie z danymi UIA okazał się 2010 (74 spotkania), a zgodnie z danymi ICCA – 2003 (65 spotkań). Celem wzbogacenia powyższych danych można zestawiać szczegółowe informacje o konkretnych imprezach, które odbyły się w Polsce w 2014 roku.

2.4 Spis spotkań międzynarodowych stowarzyszeń w Polsce w 2014 roku

Tab. 1 Spis spotkań międzynarodowych stowarzyszeń w Polsce w 2014 roku

Data / Date	Spis spotkań stowarzyszeń w Polsce w 2014 roku / A list of international association meetings in Poland in 2014	Gdzie / Where	Szacunkowa liczba uczestników / Estimated pax no
27 – 28.02.2014	4th Annual Smart Grids, Smart Cities Forum	Warszawa	100
27 – 30.03.2014	3rd International Conference on Prehypertension and CardioMetabolic Syndrome	Warszawa	350
31.03 – 2.04.2014	General Assembly, European Federation of National Associations of Measurement, Testing and Analytical Laboratories	Warszawa	40
04.2014	16th European Foot and Ankle Society Instructional Course	Poznań	200
2 – 4.04.2014	Emergency Services Workshop, European Emergency Number Association	Warszawa	250
9 – 10.04.2014	Operations and Service Focus Meeting UFI – The Global Association of the Exhibition Industry	Poznań	200
23 – 25.04.2014	17th IEEE Symposium on Design and Diagnostics of Electronic Circuits and Systems	Warszawa	100
05.2014	European Bonsai Convention & AGM	Kraków	3000
3 – 07.05.2014	16th European Congress of Endocrinology	Wrocław	2700
3 – 08.05.2014	18th EEEurope Conference	Wrocław	100
5 – 09.05.2014	14th IFIP/IEEE Network Operations and Management Symposium	Kraków	400
5 – 06.05.2014	9th International Workshop on Business-driven IT Management	Kraków	350
6 – 9.05.2015	SPACE – European Network for Languages and Business Studies	Toruń	80
8 – 09.05.2014	8th Fit to Drive – International Traffic Expert Congress	Warszawa	110
8 – 11.05.2014	European Ostomy Association	Kraków	100
9 – 11.05.2014	Annual Convention of European Bonsai Association	Wrocław	450
12 – 16.05.2014	Meeting of the Network Coordination Centre	Warszawa	470
12 – 14.05.2014	Office for Democratic Institutions and Human Rights (OSCE/ODIHR)	Warszawa	150
12 – 14.05.2014	Pan-European Network for Care of Survivors after Childhood and Adolescent Cancer	Wrocław	50
14 – 15.05.2014	23rd Annual Meeting of the European Bank for Reconstruction & Development	Warszawa	3000
14 – 17.05.2014	Victim Support Europe (VSE)	Warszawa	200
14 – 16.05.2014	ESREA Network on Migration, Ethnicity, Racism and Xenophobia 2014	Wrocław	185
15.05.2014	European Council of Optometry and Optics	Warszawa	270
15 – 18.05.014	Spring & Autumn Meeting of the European Council of Optometry and Optics	Warszawa	150
19 – 22.05.2014	International Society for Knowledge Organization	Kraków	100
23.05.2014	General Assembly, Meetings and Conference of the European Federation of Engineering Consultancy Associations	Warszawa	1500
23 – 31.05.2014	18th World Congress of the International Association of Theatre for Children and Young People	Warszawa	1600
25 – 27.05.2014	14th Middle European Buiatric Congress	Warszawa	330

Data are juxtaposed in Fig. 3 and show the number of association meetings classified by ICCA and UIA in the years 2003-2013. According to UIA data in Poland, the majority of meetings (159) was organised in 2005. Further years in the ranking were: 2003 – 156 meetings and 2006 – 151 meetings. Number of meetings in 2013 is worth mentioning, when significant growth occurred (114) as compared to 2012 (63), i.e. of 84%.

On the other hand, according to ICCA the year 2011 turned out to be the best (193 meetings). We can observe a significant growth as compared to 2010. Decrease to 150 meetings in 2012 is worth mentioning, but also growth in 2013 by 13%.

The worst years according to UIA data turned out to be the year 2010 (74 meetings) and in accordance with ICCA data the year 2003 (65 meetings). In order to enrich the above data we can juxtapose the detailed information on specific events which were held in Poland in 2014.

2.4 List of international associations meetings concerning which were held in Poland in 2014

Tab. 1 List of meetings of international association in Poland in 2014

25 – 27.05.2014	International Seed Federation	Kraków	50
27 – 28.05.2014	Assembly of European Regions	Wrocław	200
28 – 31.05.2014	European Association of Zoo and Wildlife Veterinarians (EAZWV)	Warszawa	300
29 – 31.05.2014	International Multidisciplinary Euro–Asian Congress of Scholars	Kraków	300
06.2014	11th International Fumigants & Pheromones Conference and Workshop	Kraków	300
5 – 08.06.2014	12th Congress of the European Academy of Paediatric Dentistry	Sopot	650
5 – 07.06.2014	Thematic Conference of the World Psychiatric Association	Warszawa	100
5 – 07.06.2014	Summer Session of the European Industrial Gases Association	Kraków	200
10 – 11.06.2014	MRO Regional – Eastern Europe, Baltics and Russia	Warszawa	350
10 – 11.06.2014	International Flame Research Foundation (IFRF)	Warszawa	450
11 – 13.06.2014	Half–Yearly Conference, European University Continuing Education Network	Warszawa	650
12 – 14.06.2014	16th Annual CiCe Network Conference	Olsztyn	1000
12 – 14.06.2014	Society in Europe for Simulation Applied to Medicine (SESAM)	Poznań	1000
13 – 14.06.2014	European Employment Lawyers Association (EELA)	Kraków	500
18.06.2014	General Assembly, European Federation of Orthodontic Specialists Associations	Warszawa	2500
18 – 21.06.2014	90th Congress of the European Orthodontic Society	Warszawa	2000
19 – 22.06.2014	88th Arbeitstagung Allgemeine Algebra	Warszawa	300
22 – 25.06.2014	International Colloquium on Conflict and Aggression	Zielona Góra	500
22 – 26.06.2014	International Mechanochemical Association	Kraków	100
22 – 27.06.2014	20th International Symposium on Particles Strings and Cosmology	Warszawa	100
24 – 25.06.2014	Association for Computing Machinery (ACM)	Warszawa	300
26 – 28.06.2014	Association of European Operational Research Societies (EURO)	Poznań	2000
26 – 28.06.2014	2nd European Conference of Oncology Pharmacy	Kraków	170
28.06.2014	International Federation of Automobile Experts	Poznań	450
1 – 4.07.2014	International Conference on Excellence in Education, International Centre for Innovation in Education	Kraków	1500
1 – 04.06.2014	9th International Congress on Logistics and Supply Chain Management Systems	Poznań	200
3 – 6.07.2014	European Motorcycle Union	Kraków	120
7 – 09.07.2014	10th Spain Italy Netherlands Meeting on Game Theory	Kraków	1200
19 – 23.07.2014	15th International Conference on Human Aspects of Advanced Manufacturing	Kraków	360
21 – 23.07.2014	17th International Conference on Climbing and Walking Robots CLAWAR Association	Poznań	1500
23 – 27.07.2014	EUROPEADE – International Association for European Folk Cultures	Kielce	3500
6 – 10.08.2014	43rd General Assembly of the European Theological Libraries	Wrocław	40
8 – 13.08.2014	European Foundation for Plant Pathology	Kraków	200
17 – 21.08.2014	10th International Plant Cold Hardiness Seminar	Poznań	50
18 – 22.08.2014	Regional Conference of IGU	Kraków	400
18 – 22.08.2014	18th Power Systems Computation Conference	Wrocław	400
18 – 22.08.2014	Symposium of the Commission on Geographical Education	Kraków	1000
21 – 25.08.2014	Conference of the International Federation for Pastoral Care to Hearing Impaired Persons	Kraków	60
21 – 25.09.2014	European Congress on Advanced Materials and Processes	Warszawa	3800
23 – 28.08.2014	9th International Congress of Comparative Physiology and Biochemistry	Kraków	400
24 – 29.08.2014	21st International Roundtable on Nucleosides, Nucleotides and Nucleic Acids	Poznań	450
25 – 27.08.2014	7th European Meeting on Visual and Physiological Optics	Wrocław	100
31.08–5.09.2014	26th Congress for the International Society for Forensic Genetics	Kraków	200
09.2014	11th Conference of the International Network on Brief Interventions for Alcohol Problem	Warszawa	150
3 – 06 .09.2014	20th International Ethnological Food Research Conference	Łódź	130
7 – 12.09.2014	7th Convention of the European Acoustics Association	Kraków	650
7 – 10.09.2014	6th Baltic Meeting on Microbial Carbohydrates	Gdańsk	400
8 – 13.09.2014	11th Conference of the European Foundation for Plant Pathology	Kraków	100
8 – 11.09.2014	International Conferences on High Voltage Engineering and Application	Poznań	300

8 – 12.09.2014	Annual European Symposium on Algorithms	Wrocław	200
8 – 10.09.2014	Conference of the International Society for History Didactics	Wrocław	300
8 – 12.09.2014	24th CBM Collaboration Meeting	Kraków	100
8 – 12.09.2014	International Society for Testate Amoeba Research (ISTAR)	Poznań	100
10 – 12.09.2014	UNECE Timber Committee (TC)	Łagów	
11 – 14.09.2014	Linguistic Society of Europe	Poznań	450
14 – 18.09.2014	European Safety and Reliability Association (ESRA)	Wrocław	150
14 – 20.09.2014	20th European Conference on Iteration Theory	Łagów	60
15 – 19.09.2014	International Association for Commodity Science and Technology (IACST)	Kraków	180
15 – 18.09.2014	European Materials Research Society (E–MRS)	Warszawa	730
15 – 20.09.2014	European Bobath Tutors Association Annual Conference	Warszawa	130
15 – 20.09.2014	European Bobath Tutors Association	Warszawa	1200
15 – 17.09.2014	18th International Conference on Knowledge Based Intelligent Engineering Systems	Gdynia	280
17 – 19.09.2014	European Association for the Study of Science and Technology (EASST)	Toruń	300
19 – 21.09.2014	10th Conference of the European Association for Horse Assisted Education	Poland	70
23 – 26.09.2014	International Society of City and Regional Planners (ISOCARP)	Gdynia	450
24 – 26.09.2014	4th EMAC Regional Conference	Katowice	160
25 – 27.09.2014	Compostela Group of Universities	Poznań	
26.09.2014	European Veterinary Society for Small Animal Reproduction	Wrocław	90
4 – 6.10.2014	Annual General assembly RI Global	Warszawa	180
3 – 12.10.2014	International Society for Contemporary Music	Wrocław	120
6 – 11.10.2014	31st International Congress on High Speed Imaging and Photonics	Zakopane	120
10.10.2014	Annual Conference and General Assembly, European Federation of National Engineering Associations	Gdańsk	100
14 – 15.10.2014	European Computer Science Summit Informatics Europe	Wrocław	50
16 – 17.10.2014	Meeting of the Management Council of the Union Européene des Médecins Spécialistes	Warszawa	350
27 – 30.10.2014	Union of the Baltic Cities	Gdynia	300
1 – 03.12.2014	Nordic Digital Excellence in Museums Conference	Warszawa	300

Spotkania i wydarzenia w Polsce w 2014 roku w świetle badań krajowych

Meetings and events which are held in Poland in 2014 in
the light of the national research

03

3.1 Metodyka badań

Raport „Przemysł spotkań w Polsce – Poland Meetings & Events Industry Report 2015” został przygotowany przez Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej przy współpracy z regionalnymi biurami marketingu miejsc w Polsce oraz obiektami, w których odbywają się spotkania i wydarzenia.

Głównym celem raportu jest identyfikacja liczby i rozmiarów organizowanych na terenie Polski w 2014 roku spotkań i wydarzeń (m.in. społecznych, gospodarczych, biznesowych).

Zgodnie z przyjętym wzorem zostały wyodrębnione cztery grupy spotkań/wydarzeń: konferencja/kongres, wydarzenie korporacyjne, wydarzenie motywacyjne oraz targi. Na potrzeby badania zostały przyjęte następujące terminy:

- „konferencja/kongres” określa krajowe i międzynarodowe spotkanie stowarzyszeń bez wyraźnego podziału na spotkania rządowe i pozarządowe,
- „wydarzenie korporacyjne” określa wydarzenie firmowe ze szczególnym zwróceniem uwagi na szkolenia, warsztaty, seminaria, konferencje prasowe, premiery produktów,
- „wydarzenie motywacyjne”, w tym podróże, wyjazdy motywacyjne o charakterze gratyfikacyjnym, uznaniowym,
- „targi”, który to termin jest dedykowany do dużych wydarzeń o dowolnej tematyce, zazwyczaj odbywających się na terenie obiektów wystawienniczych.

Założenia i cele zostały zweryfikowane na podstawie analizy ilościowej oraz ujęte również w kontekście branżowym, z podziałem na spotkania i wydarzenia mieszczące się w następujących grupach tematycznych: humanistyczne, technologiczne, informatyczno-komunikacyjne, ekonomiczno-polityczne oraz medyczne. Charakter wskazanych grup należy rozumieć następująco:

- humanistyczne – spotkania i wydarzenia związane z kulturą i sztuką – historią sztuki, filologią, muzykologią, etyką, filozofią oraz te związane ze społeczeństwem – historią, archeologią, socjologią, psychologią, ekonomią i antropologią;
- technologiczne – spotkania i wydarzenia związane z architekturą i urbanistyką, automatyką i robotyką, biocybernetyką, budownictwem, elektroniką, elektrotechniką, geodezją i kartografią, górnictwem, inżynierią, technologią chemiczną, transportem;
- informatyczno-komunikacyjne – spotkania i wydarzenia związane z dyscypliną naukową i techniczną zajmującą się przetwarzaniem informacji, w tym technologiami przetwarzania informacji, technologiami wytwarzania systemów przetwarzających informacje oraz systemami komunikacji, komunikacją oraz jej pochodnymi;
- ekonomiczno-polityczne spotkania i wydarzenia związane z ekonomią, polityką, finansami, naukami o zarządzaniu, towaroznawstwem;
- medyczne – spotkania i wydarzenia związane z naukami medycznymi w tym: stomatologią, farmacją, zdrowiem publicznym, fizjoterapią, diagnostyką laboratoryjną, technologią medyczną, biologią medyczną, biogerontologią.

Zakres podmiotowy analizy objął spotkania i wydarzenia, które odbyły się na terenie polskich miejscowości w 2014 roku, ze szczególnym zwróceniem uwagi na miasta i regiony, w których funkcjonują regionalne biura marketingu miejsc oraz indywidualne obiekty, które wzięły udział w projekcie.

3.1 Research methodology

“Poland Meetings & Events Industry Report 2015” was prepared by Poland Convention Bureau of Polish Tourist Organization in cooperation with the regional convention bureaus from Poland and venues where meetings and events are held.

The primary purpose of the Report is identification of number and size of meetings and events which are organised in Poland in 2014 (among others, social, economic, business).

The research was addressed to people who collect statistical data in the above mentioned venues as well as employees of regional marketing offices responsible for these activities.

According to the adopted formula 4 groups of meetings/events were divided: conference/congress, corporate event, incentive event and fairs/exhibitions. For the purpose of research the following terms were adopted:

- “conference/congress” determines national and international associations meetings without any clear division into governmental meetings and
- “corporate event” determines the company event, with particular focus on trainings, workshops, seminars, press conferences, products premieres,
- incentive events, including incentive travels of profitable, arbitrary character,
- “fairs “ are dedicated to large events of any subject which are usually held in the area of fairs.

Assumptions and goals were verified on the basis of quantitative analysis and included also in the context of the branch, with breakdown into meetings and events which are held within the following thematic groups: humanities, technological, IT and communication, economic and political as well as medical. The nature of the above groups should be understood as follows:

- humanities - meetings and events related to culture and art as: history of art, philology, musicology, ethics, philosophy and these associated with society as: history, archaeology, sociology, psychology, economics and anthropology;
- technological - meetings and events related to architecture and urban planning, automatics and robotics, bio-cybernetics, construction, electronics, electrical engineering, geodesy and cartography, mining, engineering, chemical technology, transport;
- IT and communication - meetings and events related to academic and technical discipline involved in processing of information, including technologies of information processing, technologies of flexible production of information processing as well as communication systems, communication and its derivatives;
- economic and political - meetings and events related to economics, politics, finances, management sciences, food commodities;
- medical - meetings and events related to medical sciences including: stomatology, pharmacy, public health, physiotherapy, laboratory diagnosis, medical technology, medical biology, bio-gerontology.

Personal scope of the analysis included meetings and events which were held in Polish cities in 2014 with particular focus on cities and regions where regional convention bureaus operate as well as individual venues which took part in the project.

Przyjętymi kryteriami analizy spotkań i wydarzeń są:

- liczba uczestników i ich narodowość;
- czas trwania krajowych i międzynarodowych spotkań oraz wydarzeń;
- kategorie i rodzaje spotkań i wydarzeń;
- szacunkowa wartość ekonomiczna zorganizowanych spotkań na terenie Polski.

Zbieranie danych do badania z wykorzystaniem elektronicznego kwestionariusza odbywało się w 2014 roku. Natomiast zakres przedmiotowy badania objął obiekty, które miały możliwość koordynować spotkania i wydarzenia zgodnie z określonymi wytycznymi, w tym m.in. hotele, centra konferencyjno-targowe, uczelnie wyższe wynajmujące sale (w celu organizacji spotkań), obiekty kulturalne wynajmujące sale (w celu organizacji spotkań), obiekty historyczne (zamki, pałace, dwory).

3.2 Charakterystyka próby badawczej

W badaniu wzięto udział kilkadziesiąt obiektów, w których istnieje możliwość organizacji spotkań i wydarzeń w Polsce. Kwestionariusz ankietowy został przekazany do jedenastu regionalnych biur marketingu miejsc i wszystkie zaprezentowały wyniki zgodnie z wcześniej ustalonymi wytycznymi. Ponadto kwestionariusz został przesłany do ponad 200 obiektów konferencyjnych z całej Polski.

Podsumowując dane od obiektów, do których dotarła informacja o badaniu, możemy stwierdzić, iż po raz trzeci raport ukazuje liczbę spotkań według podziału na miejsce jego organizacji.

Warto jednak odnotować, że analizowane obiekty stanowią jedynie fragment wszystkich, które mają możliwość koordynacji spotkań i wydarzeń związanych z przemysłem spotkań. Natomiast są to obiekty, z którymi współpraca dotycząca zbierania danych może zaowocować w przyszłości powstaniem szczegółowego materiału poświęconego organizowanym na terenie Polski spotkaniom stowarzyszeń oraz wydarzeń korporacyjnych.

Analizując liczbę spotkań, które zostały wprowadzone do bazy, możemy zauważyć, iż zdecydowana większość z nich odbyła się w hotelach: 61,36% czyli 11548 spotkań (w 2013 roku 65,11% - 11785 spotkań). Na drugim miejscu uplasowały się centra wystawienniczo-kongresowe 18,93% - 3562 spotkań (2012: 15,9% - 2877 spotkań). Trzecią lokatę zajmują obiekty lub sale wynajmowane na specjalne wydarzenia 13,86% - 2609 spotkań (2013: 13,95% - 2525 spotkań). Natomiast na ostatnim miejscu znajdują się szkoły wyższe 5,85% z 1101 spotkaniem (2013: 5,04% z 913 spotkaniem) (Tab. 2)

Należy więc dostrzec wzrost aktywności centrów wystawienniczo-kongresowych w 2014 roku (wzrost udziału o 3 p.p. w stosunku do poprzedniego roku).

Tab. 2 Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju obiektu

Miejsce wydarzenia / obiekt Place of event / venue	Liczba Number	%
HOTEL / HOTEL	11 548	61,36%
OBIEKT/SALA NA SPECJALNE WYDARZENIA VENUE/HALL FOR SPECIAL EVENTS	2609	13,86%
CENTRUM WYSTAWIENNICZE/KONGRESOWE EXHIBITION/CONGRESS CENTER	3562	18,93%
SZKOŁA WYŻSZA / HIGH SCHOOL	1101	5,85%
Razem / Total	18 820	100,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Assumed criteria of meeting and events analysis include:

- number of participants and their nationalities;
- duration of national and international meetings as well as events;
- categories and types of meetings and events;
- estimated economic value of organised meetings which were held in Poland.

Collection of data for research with the use of electronic questionnaire took place in 2014. On the other hand, the subject scope of research included venues which had the possibility to coordinate meetings and events in accordance with guidelines, including, among others hotels, conference-fair centres, universities renting halls (in order to organise meetings) cultural venues which rent halls (in order to organise meetings) historical venues (castles, palaces, mansions).

3.2 Characteristics of the research sample

Research involved several venues providing the possibility to organise meetings and events in Poland.

The survey questionnaire was transferred to 11 regional convention bureaus and all of them transferred its results in accordance with the previously agreed guidelines. In addition, it was sent to more than 200 conference venues from Poland. To sum up data from venues to which information on research was sent, we can state that for the third time the Report shows the number of meetings according to division into places of their organization.

However, it is worth noticing that analyzed venues constitute only the part of all which have the possibility to coordinate meetings and events related to meetings industry. On the other hand, these are venues with which the cooperation may result in creation of detailed material devoted to associations meetings and corporate events which were organised in Poland.

During the analysis of the number of meetings which were introduced into the database we can note that a vast majority of them was held in hotels: 61.36% -11548 meetings (in 2013 65.11% -11785 meetings). The second place covers exhibition and congress centres 18.93% -3562 meetings (2012: 15.9% - 2877 meetings). The third place covers venues or halls which are rented for the purpose of special events 13.86% - 2609 meetings (2013: 13.95% - 2525 meetings). On the other hand, the last place covers universities 5.85% 1101 meetings (2013: 5.04% 913 meetings) (Tab. 2)

Therefore, in 2014 the growth in activity of exhibition and congress centres should be noted (growth by 3 % points as compared to the previous year).

Tab. 2. Number of meetings and events by venue type

Source: Own work based on the data of PCB PTO.

3.3 Analiza i wyniki badań

Raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry Report 2015” obejmuje analizę 18 820 spotkań i wydarzeń z dziedziny gospodarki, kultury oraz polityki, które odbyły się w Polsce w 2014 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.

3.3.1 Analiza ilościowa (liczba uczestników według tematu i rodzaju spotkania, liczba spotkań, rozkład w ciągu roku)

Analizę ilościową rozpoczniemy od charakterystyki według miesięcy, w których odbyło się najwięcej spotkań i wydarzeń (Tab. 3).

Tab. 3 Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w 2014 roku

Miesiąc / month	Liczba Number	%
STYCZEŃ / JANUARY	1218	6,47%
LUTY / FEBRUARY	1369	7,27%
MARZEC / MARCH	1838	9,77%
KWIECIEŃ / APRIL	1542	8,19%
MAJ / MAY	1964	10,44%
CZERWIEC / JUNE	1764	9,37%
LIPIEC / JULY	790	4,20%
SIERPNIENIŃ / AUGUST	666	3,54%
WRZESIEŃ / SEPTEMBER	1936	10,29%
PAŹDZIERNIK / OCTOBER	2280	12,11%
LISTOPAD / NOVEMBER	1993	10,59%
GRUDZIEŃ / DECEMBER	1460	7,76%
Razem / Total	18 820	100,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Najlepszym miesiącem z punktu widzenia liczby spotkań i wydarzeń okazał się październik, w którym odbyło się 2280 spotkań i wydarzeń, co dało 12,11% w skali roku. Na kolejnych miejscach zostały sklasyfikowane listopad (1993 – 10,59%) i maj (1964 – 10,44%). Następne były miesiące wrzesień i marzec. Natomiast lipiec i sierpień to już tradycyjnie okres, w którym odbyło się najmniej spotkań i wydarzeń (790 – 4,20%, 666 – 3,54%). W porównaniu z rokiem poprzednim – 2013, sezonowość liczby spotkań i wydarzeń kształtuje się w zbliżony sposób. Kluczowe tym razem okazały się miesiące październik i listopad oraz na przeciwnym biegunie okres letni, czyli lipiec i sierpień jako najrzadziej wybierane. Natomiast dobrze widoczne są również maj i wrzesień gromadzące ponad 20% wszystkich spotkań. (Rys. 4).

3.3 Analysis and research results

“Poland Meetings and Events Industry Report 2015” includes the analysis of 18820 meetings and events of economy, culture and politics which took place in Poland in 2014. The publication contains the qualitative and quantitative as well as economic analysis which, to a large extent, is devoted to details concerning meetings and events, it also contains shortened analysis of different issues.

3.3.1 Quantitative analysis (number of participants according to the subject and the type of meeting, number of meetings, distribution during the year)

Quantitative analysis shall be started from characteristics according to months during which the vast majority meetings and events took place (Tab. 3).

Tab. 3 Seasonality of the number of meetings and events which took place in 2014

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

The best month from the point of view of the number of meetings and events was October when 2280 meetings and events took place which constituted 12.11% per year. The subsequent places cover November (1993 – 10.59%) and May (1964 – 10.44%). The following months were September and March. On the other hand, July and August are traditionally periods when the least meetings and events took place (790 - 4.20%, 666 - 3.54%). As compared to the previous year - 2013 seasonality of number of meetings and events is similar. October and November turned out to be the key months and the opposite the summer period namely July and August as the least frequently chosen. On the other hand, May and September are also well visible and gather more than 20% of all meetings. (Fig. 4).

Rys. 4 Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w 2014 roku

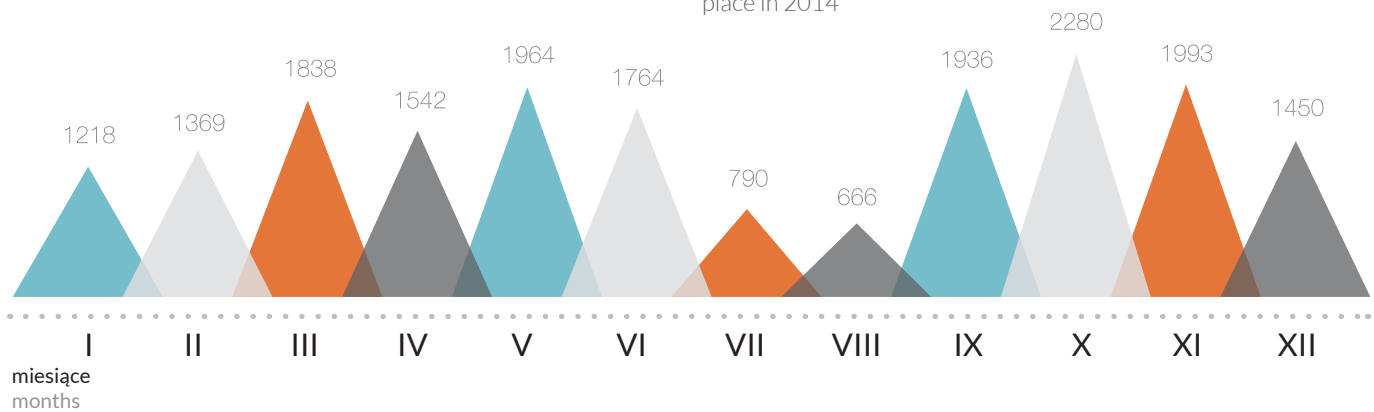


Fig. 4 Seasonality of number of meetings and events which took place in 2014

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Source: Own study on the basis of PCB POT data.

Innym istotnym elementem, który został zbadany, jest czas trwania spotkań i wydarzeń w 2014 roku. Analizie zostały poddane dane dotyczące 18 820 spotkań i wydarzeń. I tak wszystkie powyższe spotkania, biorąc pod uwagę ten parametr, zostały podzielone na trzy grupy.

Krócej niż jeden dzień trwało 65,22% spotkań, co daje 12 274 wydarzenia. (Tab. 4) W tabeli 4. zostały również ujęte te, które trwały dwa dni (20,25% - 3811 spotkań) oraz powyżej dwóch dni, tj. 2735 spotkań co dało 14,53%.

Another important element which was examined is the duration of meetings and events which took place in 2014. Data concerning 18820 meetings and events were analyzed. All of the above mentioned meetings were divided into 3 groups according to the time of their duration.

65.22% which constitute 12274 all of meetings/events lasted less than 1 day. (Tab. 4) Table 2 includes those which lasted 2 days (20.25% - 3811 meetings) and more than 2 days i.e. 2735 meetings which constitute 14.53%.

Tab. 4 Liczba spotkań i wydarzeń według czasu ich trwania

Tab. 4 Number of meetings and events according to duration

Liczba dni / Number of days	Liczba Number	%
1 DZIEŃ / 1 DAY	12 274	65,22%
2 DNI / 2 DAYS	3811	20,25%
POWYŻEJ 2 / MORE THAT 2 DAYS	2735	14,53%
Razem / Total	18 820	100,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Analizie została również poddana liczba uczestników wydarzeń według rodzaju organizowanego spotkania. W 2014 roku spotkania zorganizowane w Polsce zgromadziły 3 900 002 uczestników. Spotkania i wydarzenia zostały podzielone na pięć rodzajów tematycznych, zgodnie z przyjętymi kategoriami przez regiony, miasta i obiekty przygotowujące lokalne opracowania. (Tab. 5).

The analysis covered the number of participants according to the type of organised meetings or events. In 2014 3,900,002 participants took part in meetings or events in Poland. Meetings and events were divided into 5 thematic types, according to the assumed categories by regions, cities and venues which prepared the local studies. (Tab. 5).

Tab. 5 Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według ich rodzaju

Tab. 5 Number of participants of meetings and events according to the type

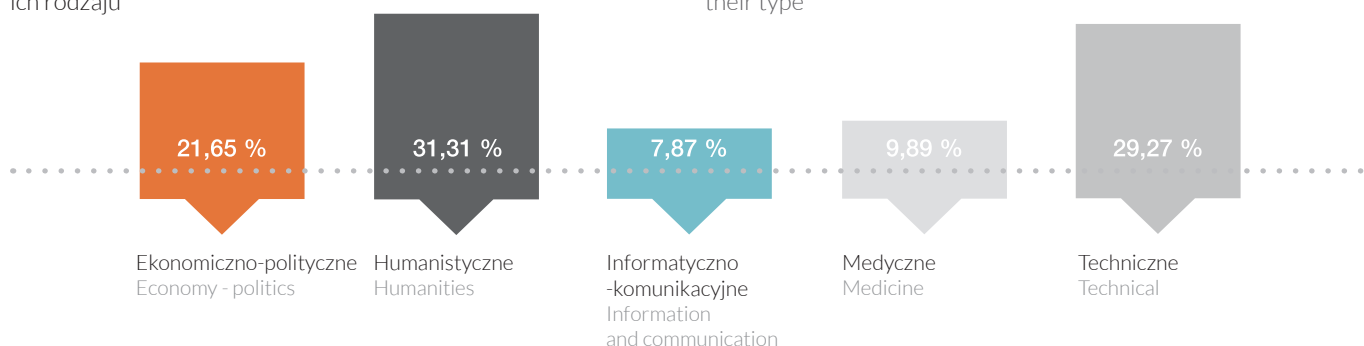
Rodzaj spotkania / Meeting type	Liczba Number	%
EKONOMICZNO - POLITYCZNE / ECONOMY - POLITICS	844 498	21,65%
HUMANISTYCZNE / HUMANITIES	1 221 107	31,31%
INFORMATYCZNO-KOMUNIKACYJNE / INFORMATION AND COMMUNICATION	307 059	7,87%
MEDYCZNE / MEDICINE	385 645	9,89%
TECHNICZNE / TECHNICAL	1 141 693	29,27%
Razem / Total	3 900 002	100,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Według zestawienia największą frekwencją cieszyły się spotkania i wydarzenia o charakterze humanistycznym, w których w sumie wzięło udział 1 221 107 uczestników, co stanowiło ponad jedną trzecią całości. Drugą w kolejności kategorią były spotkania o charakterze technicznym – 1 141 693 uczestników, to jest prawie 30% w skali roku. Natomiast najmniejszym zainteresowaniem cieszyły się (niecałe 8%) spotkania i wydarzenia tematycznie związane z informatyką i komunikacją – 307 059 osób. (Rys. 5). W spotkaniach o tematyce związanej z ekonomią i polityką wzięło udział 844 498 uczestników. Natomiast spotkania i wydarzenia o charakterze medycznym zgromadziły 385 645 uczestników czyli prawie 10%.

Rys. 5 Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według ich rodzaju



According to the list the greatest attendance concerned meetings and events in the humanities in which altogether 1 221 107 participants took part, which constituted more than 1/3 of the whole. The second category covered meetings of technical character - 1141693 participants, which constitute almost 30% per year. On the other hand, the smallest interest (less than 8%) concerned thematic meetings and events related to IT and communication – 307059 participants. (Fig. 5). 844498 participants took part in these meetings or events which are related to economics and politics. On the other hand, meetings and events of medical character gathered 385645 participants which constitute almost 10% and

Fig. 5 Number of participants of meetings and events according to their type

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

W ramach raportu została również wzięta pod uwagę liczba uczestników spotkań i wydarzeń w rozbięciu na cztery kategorie: targi i wystawy, kongresy i konferencje, wydarzenia korporacyjne oraz wydarzenia motywacyjne. (Tab. 6).

Under the Report number of participants of meetings and events with breakdown into 4 categories was also taken into consideration: fairs, congresses and conferences, corporate events and incentive events. (Tab. 6).

Tab. 6 Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według kategorii

Tab. 6 Number of participants of meetings and events according to their category

Kategoria / Category	Liczba Number	%
KONFERENCJE / KONGRESY / CONFERENCES / CONGRESSES	1 123 826	28,82%
TARGI / TRADEFAIRS	2 111 989	54,15%
WYDARZENIA KORPORACYJNE / CORPORATE EVENTS	331 202	8,49%
WYDARZENIA MOTYWACYJNE / INCENTIVE EVENTS	332 985	8,54%
Razem / Total	3 900 002	100,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Ponad połowę (54,15%) wszystkich uczestników opisywanych spotkań i wydarzeń stanowili biorący udział w targach i wystawach, które zgromadziły 2 111 989 osób. Kolejną pozycję zajmowali uczestnicy kongresów i konferencji: 1 123 826 osób (28,82%). Najmniej liczną grupą, jeśli chodzi o uczestnictwo, okazały się wydarzenia motywacyjne: 332 985 uczestników (8,54%) oraz wydarzenia korporacyjne (331 202 uczestników – 8,49%) (Rys. 6).

54.15% of all participants of described meetings and events who participated in fairs and exhibitions, gathered 2111989 participants. The next place covered participants of congresses and conferences: 1123826 participants (28.82%). The least numerous category with regard to participation turned out to be incentive events: 332985 participants (8.54%), as well as corporate events (331202 participants - 8.49%) (Fig. 6).

Rys. 6 Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według ich kategorii

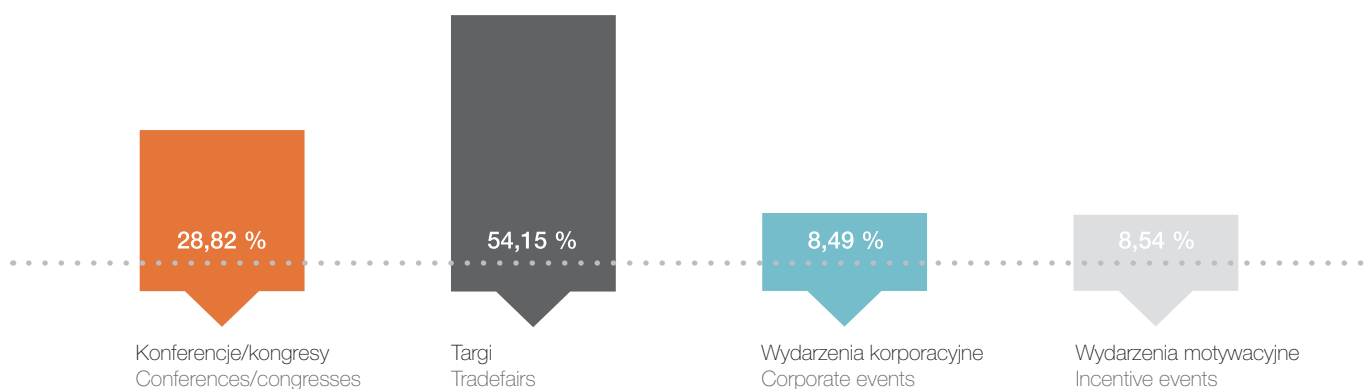


Fig. 6 Number of participants of meetings and events according to their category

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Analizie poddano ponadto liczbę uczestników w podziale na poszczególne miesiące (Tab. 7). Na tej podstawie zostały określone miesiące, w których w spotkaniach i wydarzeniach w Polsce brało udział najwięcej uczestników. I tak pierwsze miejsce zajmuje marzec, kiedy wydarzenia zgromadziły 645 135 uczestników, co stanowiło 16,54% w kontekście całego roku. Na drugim miejscu sklasyfikowany został październik z 610 402 uczestnikami (15,65%), na co należy zwrócić uwagę w kontekście rozkładu liczby imprez. Wskazuje to na organizację dużych spotkań właśnie w tych dwóch miesiącach.

The analysis covered also number of participants with breakdown into particular months (Tab. 7). Based on this, months were specified, in which the greatest number of participants took part in meetings and events which were organised in Poland. The first place covered March in which the number of participants amounted to 645135 which constituted 16.54% in the context of the entire year. The second place covered October with 610402 participants (15.65%) which should be considered in the context of number of events. It suggests organization of large meetings, in particular, during these two months.

Ponadto więcej niż 400 tysięcy uczestników wzięło udział w spotkaniach i wydarzeniach w takich miesiącach jak: maj (411 185) oraz wrzesień (444 216). Miesiącem, w którym odnotowano najmniejszą liczbę uczestników, okazał się lipiec, który z 83 708 uczestnikami zajął ostatnie miejsce w skali roku (gromadząc 2,15% wszystkich uczestniczących). (Tab. 7)

What is more, more than 400,000 participants took part in meetings and events in such months as: May (411185) and September (444216). Month in which the smallest number of participants was recorded is: July with 83708 participants and was last in the entire year (2.15% people). (Tab. 7).

Tab. 7 Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach

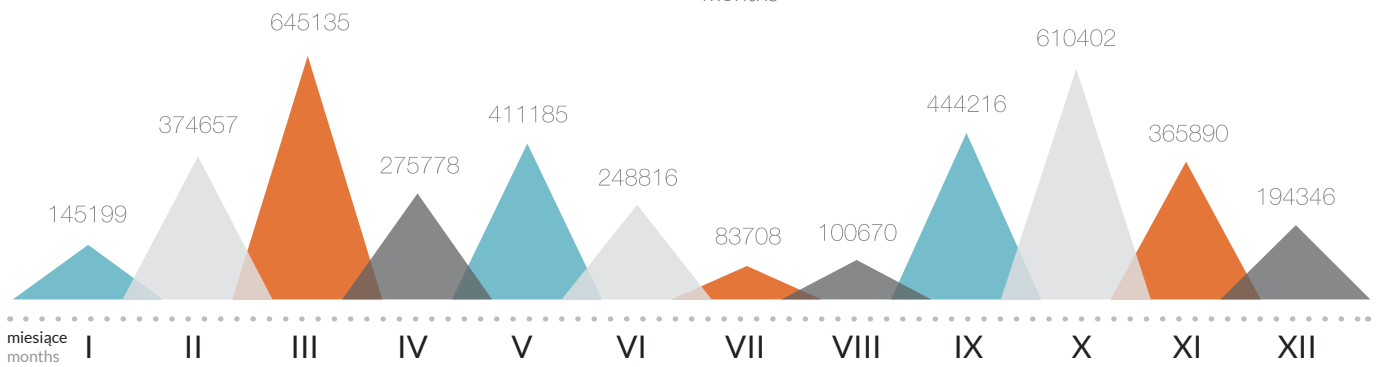
Tab. 7 Seasonality of number of participants of meetings and events

Miesiąc / month	Liczba Number	%
STYCZEŃ / JANUARY	145 199	3,72%
LUTY / FEBRUARY	374 657	9,61%
MARZEC / MARCH	645 135	16,54%
KWIECIEŃ / APRIL	275 778	7,07%
MAJ / MAY	411 185	10,54%
CZERWIEC / JUNE	248 816	6,38%
LIPIEC / JULY	83 708	2,15%
SIERPNIENIŃ / AUGUST	100 670	2,58%
WRZESIEŃ / SEPTEMBER	444 216	11,39%
PAŹDZIERNIK / OCTOBER	610 402	15,65%
LISTOPAD / NOVEMBER	365 890	9,38%
GRUDZIEŃ / DECEMBER	194 346	4,98%
Razem / Total	3 900 002	100,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Rys. 7 Liczba uczestników spotkań i wydarzeń według miesięcy



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Fig. 7 Number of participants of meetings and events according to months

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

3.3.2 Charakterystyka jakościowa (kategoria i rodzaj spotkań, miejsce pochodzenia uczestników)

Analizę jakościową spotkań i wydarzeń odbywających się na terenie Polski można rozpocząć od charakterystyki uczestników według miejsca pochodzenia. I tak w 2014 roku spotkania i wydarzenia odbywały się głównie z udziałem polskich uczestników, o czym świadczy, podobnie jak w poprzednich trzech latach, analiza z podziałem na kraje i kontynenty. Ze względu na różnorodny charakter zostały stworzone cztery grupy geograficzne, z czego trzy z nich dotyczą uczestników krajowych.

Tab. 8 Geograficzne zróżnicowanie pochodzenia uczestników

Pochodzenie grupy / Origin of participants	Liczba / Number	%
LOKALNA / LOCAL	5462	29,02%
WOJEWÓDZKA / REGIONAL	3770	20,03%
OGÓLNOPOLSKA / POLAND	6601	35,07%
MIĘDZYNARODOWA / INTERNATIONAL	2987	15,87%
Razem / Total	18 820	100,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Analizowane 18 820 spotkań i wydarzeń zostało dopasowanych do ww. grup. (Tab. 8). Ze względu na częste trudności z określeniem narodowości grupy za wzorzec została przyjęta większość pochodzących z danego kraju lub obszaru geograficznego uczestników. Przygotowany formularz ze względu na swoją prostą formę nie zawiera danych szczegółowych dotyczących poszczególnych uczestników, dlatego pozyskane informacje zostały przygotowane w większości przez organizatorów na bazie kontaktów ze zleceniodawcami.

Analizując 18 820 spotkań i wydarzeń, możemy stwierdzić, iż 15 833 to spotkania, których uczestnicy pochodzili w większości z Polski. Układ tej grupy został ukazany w rozbiciu na trzy obszary geograficzne: grupa ogólnopolska tj. uczestnicy pochodzą z jednego lub więcej województw (6601 spotkań – 35,07%); grupa wojewódzka (3770 spotkań – 20,03%); grupa lokalna (5462 spotkania – 29,02%). Tak przedstawione dane pozwalają stwierdzić, iż w 84% uczestnikami analizowanych spotkań byli Polacy. (Rys. 8)

3.3.2 Qualitative characteristics (category and type of meetings, place of the participants' origin)

Qualitative analysis of meetings and events which were held in Poland may begin from the characteristics of participants according to their place of origin. In 2014 they took place involving mainly Polish participants, which is provided, like in previous three years, thanks to the analysis with breakdown into countries and continents. Due to diverse character 4 geographic groups were established and three of them are related to national participants.

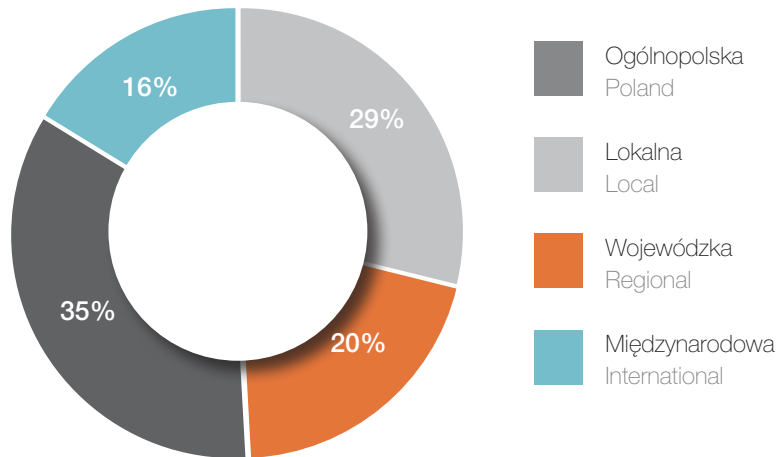
Tab. 8 Geographic diversity concerning the place of origin

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Analyzed 18820 meetings and events were assigned to the aforementioned groups. (Tab. 8). Due to difficulties with regard to determination of nationalities of participants, the largest group of participants who came from a given country or geographic area was assumed as a model. The prepared form, owing to its simplicity, does not contain any detailed data concerning particular participants, therefore obtained information were prepared mostly by organisers on the basis of contacts with clients. Determination of the place of origin of participants was not possible in the case of Warsaw because such data were not submitted. However, the remaining, collected meetings show also the place of origin of participants.

The analysis of 18820 meetings and events showed that 15833 meetings covered mostly participants from Poland. The system of this group is presented with breakdown into three geographical areas: nationwide group i.e. participants come from one or more Voivodeships (6601 meetings – 35.07%); regional group (3770 meetings – 20.03%); local group (5462 meetings – 29.02%). Presented data make it possible to state that 84% participants of analyzed meetings were Poles. (Fig. 8)

Rys. 8 Geograficzne zróżnicowanie pochodzenia uczestników



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

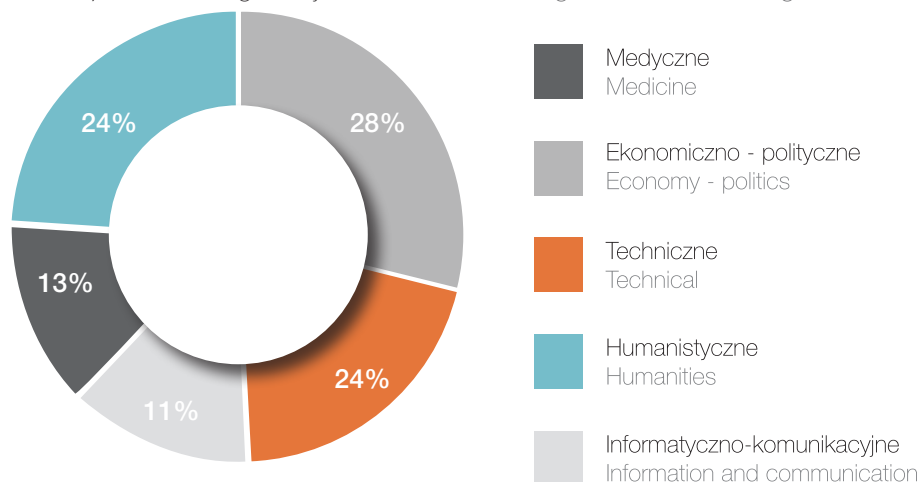
Analizą jakościową objęto również podział na rodzaje spotkań i wydarzeń z punktu widzenia przedmiotu nauk (Tab. 9). Największą grupę z nich (27,67%) stanowiły spotkania i wydarzenia z kategorii nauk ekonomiczno-politycznych (5207). Kolejne miejsce zajmowały spotkania i wydarzenia z grupy nauk technicznych – 4536 (24,10%) oraz te z grupy nauk humanistycznych – 4518 (24,01%). Na dalszych pozycjach znalazły się spotkania i wydarzenia poświęcone tematyce medycznej 2476 – 13,16% oraz informatycznej i komunikacyjnej – 2083 (11,07%)

Tab. 9 Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju

Rodzaj spotkania / Meeting type	Liczba Number	%
EKONOMICZNO - POLITYCZNE / ECONOMY - POLITICS	5207	27,67%
HUMANISTYCZNE / HUMANITIES	4518	24,01%
INFORMATYCZNO-KOMUNIKACYJNE / INFORMATION AND COMMUNICATION	2083	11,07%
MEDYCZNE / MEDICINE	2476	13,16%
TECHNICZNE / TECHNICAL	4536	24,10%
Razem / Total	18 820	100,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Rys. 9 Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Fig. 8 Geographic diversity concerning the place of origin

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Qualitative analysis covered also breakdown into types of meetings and events from the point of view of the object of sciences (Table X). The largest group (27.67%) constituted meetings and events from the group of economic and political character (5207). The next places covered meetings and events of technical character -4536 (24.10%), as well as these in the humanities – 4518 (24.01%). The further places covered meetings and events devoted to medical issues 2476 – 13.16% as well as information and communication - 2083 (11.07%)

Tab. 9 Number of meetings and events according to their type

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Fig. 9 Number of meetings and events according to their type

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

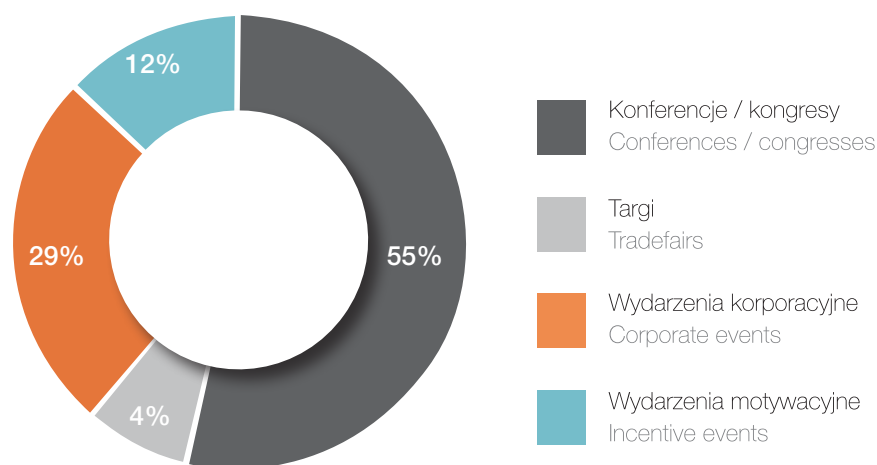
Z punktu widzenia jakościowego warto scharakteryzować również wszystkie spotkania i wydarzenia z podziałem na kategorie. Określone zostały ich liczba oraz udział procentowy (Tab. 10). Największą grupę stanowiły konferencje i kongresy, których w 2014 roku odbyło się 10 318, co stanowiło ponad połowę wszystkich omawianych. Kolejną kategorią są wydarzenia korporacyjne – 5558 (prawie 30%). Wydarzenia motywacyjne w liczbie 2272 uplasowały się na trzecim miejscu, co stanowiło 12,07%. Najmniej liczną z analizowanych kategorii były targi, których odbyło się w sumie 672 i stanowiły 3,57% całości.

Tab. 10 Liczba spotkań i wydarzeń według kategorii

Kategoria / Category	Liczba Number	%
KONFERENCJE / KONGRESY / CONFERENCES / CONGRESSES	10318	54,82%
TARGI / TRADEFAIRS	672	3,57%
WYDARZENIA KORPORACYJNE / CORPORATE EVENTS	5558	29,53%
WYDARZENIA MOTYWACYJNE / INCENTIVE EVENTS	2272	12,07%
Razem / Total	18 820	100,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Rys. 10 Liczba spotkań i wydarzeń według kategorii



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Do tegorocznej edycji raportu zostały przekazane dane z jedenastu regionalnych convention bureaus, z którymi współpracuje Poland Convention Bureau POT. Oprócz tego dodano informacje pozyskane bezpośrednio od obiektów, które funkcjonują na terenie nieobjętym działaniami regionalnych convention bureaus, oraz dane statystyczne przekazane przez rekomendowanych organizatorów kongresów i podróży motywacyjnych.

Przedstawiona poniżej informacja obrazuje liczbę spotkań, które zostały ukazane w oparciu o dane przekazane przez regionalne convention bureaus oraz wprowadzone bezpośrednio do formularza online na stronie Poland Convention Bureau. Podsumowane dane dały obraz spotkań i wydarzeń, które odbywały się na terenie polskich miast w 2014 roku.

Poniżej została przedstawiona lista Top 20 polskich miejscowości według liczby spotkań i wydarzeń, które się odbyły na ich terenie. Wszystkie pozostałe zostały sklasyfikowane w grupie inne, która stanowi niecałe 2%. Natomiast pięć kluczowych miast, według rankingu za 2014 r., przedstawia się następująco: Kraków – 3986 (21,18%), Warszawa – 3586 (19,05%), Wrocław – 2791 (14,83%), Poznań – 1706 (9,02%) i Gdańsk – 1676 (8,91%). (Tab. 11)

From the qualitative point of view the characterization should also cover all meetings and events with breakdown into categories. The number and percentage share were also determined (Table X). The largest group comprised conferences and congresses, the number of which in 2014 amounted to 10318, which constituted more than half of all described. Another category constitutes corporate events – 5558 (almost 30%). Incentive events in the number of 2272 covered the third place which constituted 12.07%. The least numerous of the analyzed categories were fairs and exhibitions, the total number of which amounted to 672 and constituted 3.57% of the total (Fig. X).

Tab. 10 Number of meetings and events according to their category

Source: Own study on the basis of PCB POT data.

Fig. 10 Number of meetings and events according to their category

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

This year's edition of the Report includes data from 11 regional convention bureaus cooperating with Poland Convention Bureau PTO. In addition, information obtained directly from venues, which operate on the area not covered by activities of regional convention bureaus and statistical data provided by recommended organisers of congresses and incentive travels.

The following information, presented below, depicts the number of meetings which were presented on the basis of data provided by regional convention bureaus and introduced directly to the online form on Poland Convention Bureau website. Summarized data showed the image of meetings and events which took place in Polish cities in 2014.

Below is presented the list of TOP 20 Polish cities according to number of meetings and events which took place in these cities. All the remaining cities were classified in the other group, which constituted less than 2%. However, 5 crucial cities according to the ranking from 2014 are presented below: Kraków – 3986 (21.18%), Warsaw – 3586 (19.05%), Wrocław – 2791 (14.83%), Poznań – 1706 (9.02%) and Gdańsk – 1676 (8.91%). (Tab. 11)

Tab. 11 Liczba spotkań i wydarzeń w poszczególnych polskich miastach

Tab. 11 Number of meetings and events which took place in particular Polish cities

Miejscowość / City	Liczba / Number	%
BYDGOSZCZ	779	4,14%
GDAŃSK	1676	8,91%
GDYNIA	94	0,50%
GLIWICE	9	0,05%
KATOWICE	1576	8,37%
KIELCE	659	3,50%
KOSZALIN	6	0,03%
KARPACZ	12	0,06%
KRAKÓW	3986	21,18%
ŁÓDŹ	1241	6,59%
OSTROMECKO	27	0,14%
OTRĘBUSY	50	0,27%
POZNAŃ	1706	9,02%
RZESZÓW	11	0,06%
SZCZECIN	9	0,05%
TORUŃ	224	1,19%
WAŁBRZYCH	28	0,15%
WARSZAWA	3586	19,05%
WROCŁAW	2791	14,83%
INNE	340	1,81%
Razem / Total	18 820	100,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Zebrane informacje 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 2014 roku największa liczba kongresów i konferencji odbyła się w Warszawie (2582). Następnie został sklasyfikowany Kraków (2439), Poznań (752) oraz Gdańsk (680).

Biorąc pod uwagę wydarzenia korporacyjne, zgodnie z przedstawionymi danymi najistotniejszą rolę odgrywały Katowice (1044), a ranking zamyka Gdynia. Kategorią, w której na pierwszym miejscu znalazł się Kraków, są wydarzenia motywacyjne (673). Tuż za nim uplasował się Wrocław (431), a następnie Gdańsk (391). Ostatnią kategorią, która była brana pod uwagę, były targi. Przekazane przez regionalne convention bureaus opracowania wskazują, że największa liczba tego rodzaju wydarzeń odbyła się we Wrocławiu (146) i Krakowie (116). (Tab. 12)

Collected information was also used to prepare the list of number of meetings and events with breakdown into categories and according to the place of its organization.

On the basis of collected data, we can state that in 2014 the largest number of congresses and conferences was held in Warsaw (2582). The next cities are Kraków (2439), Poznań (752) and Gdańsk (680).

Corporate events, in accordance with presented data, most often were organised in Katowice (1044) and Gdynia is the last city in this ranking. Kraków occupies the first place in the category of incentive events (673). The second city is Wrocław (431) and Gdańsk (391). The last category which was taken into account was fairs and exhibitions. Studies provided by regional convention bureaus indicate that the largest number of such events was held in Wrocław (146) and Kraków (116). (Fig. 12)

Tab. 12 Number of meetings and events which were organised in

Tab. 12 Liczba spotkań i wydarzeń w polskich miastach według kategorii

Polish cities according to categories
Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

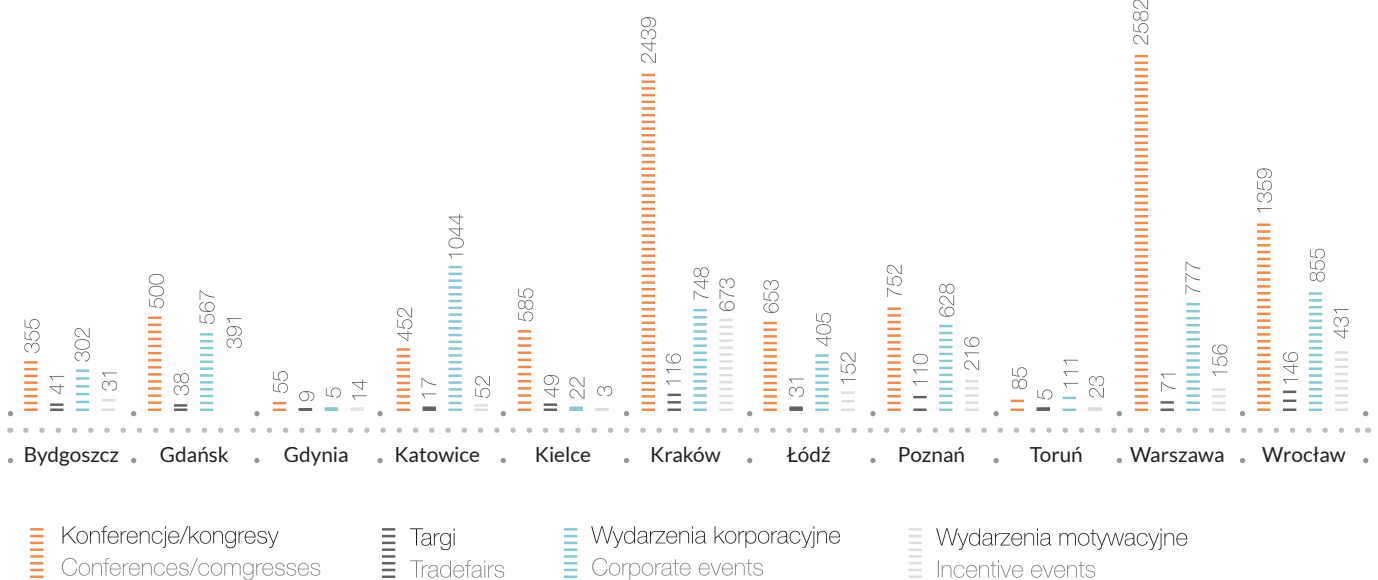
Miasto City	Konferencje/kongresy Conferences/congresses	Targi Tradefair	Wydarzenia korporacyjne Corporate events	Wydarzenia motywacyjne Incentive events	Razem Total
BYDGOSZCZ	355	41	302	81	779
GDAŃSK	680	38	567	391	1676
GDYNIA	66	9	5	14	94
KATOWICE	462	17	1044	52	1575
KIELCE	585	49	22	3	659
KRAKÓW	2439	116	748	673	3976
ŁÓDŹ	653	31	405	152	1241
POZNAŃ	752	110	628	216	1706
TORUŃ	85	5	111	23	224
WARSZAWA	2582	71	777	156	3586
WROCŁAW	1359	146	855	431	2791

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Rys. 11 Liczba spotkań i wydarzeń w miastach w 2014 roku według kategorii

Fig. 11 Number of meetings and events which were organised in cities in 2014 according to their category

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.



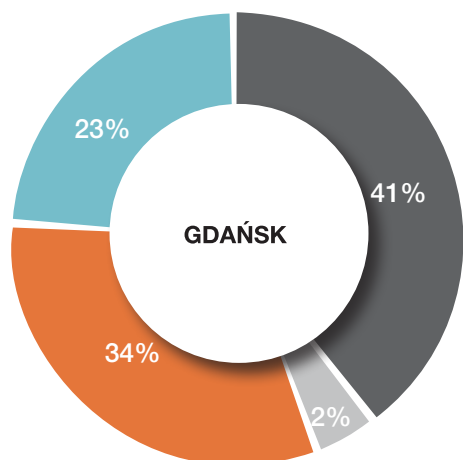
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Nowością, wprowadzoną w piątej jubileuszowej edycji Raportu „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry Report 2014” jest ukazywanie w szerszym kontekście wybranych kilku miast, które przekazały najwięcej informacji statystycznych i na co dzień współpracują z obiektami przy ich zbieraniu. Tegoroczna edycja w taki sposób wyróżnia Gdańsk, Kraków, Poznań, Wrocław, Katowice, Łódź oraz Warszawę.

The novelty since the jubilee – 5th edition of “Poland Meetings and Events Industry Report 2014” is showing in the broader context few selected cities which provided the vast majority of statistical information and every day cooperate with venues at their collection. This year’s edition distinguishes Gdańsk, Kraków, Poznań, Wrocław, Katowice, Łódź and Warsaw in such a way.

Fig. 12 Meetings and events which took place in Gdańsk in 2014

Rys. 12 Spotkania i wydarzenia w Gdańsku w 2014 roku (%)



(%)

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

- Konferencje/kongresy
Conferences/congresses
- Wydarzenia korporacyjne
Corporate events
- Wydarzenia motywacyjne
Incentive events
- Targi
Tradefairs

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

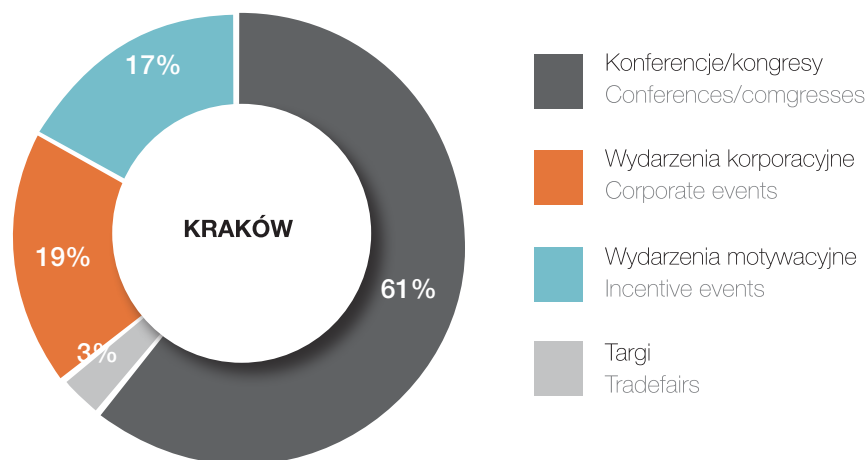
Wyniki Gdańska ukazują przede wszystkim jego wszechstronność. 1676 spotkań i wydarzeń zorganizowanych w 2014 roku, na które złożyły się konferencje i kongresy (41%), wydarzenia korporacyjne (34%), wydarzenia motywacyjne (23%) oraz targi (2%). Takie rozłożenie rodzajów wydarzeń ukazuje szerokie możliwości stolicy Pomorza ze względu na wszechstronność obiektów, jak i koordynację logistyczną i współpracę z miastem.

Results obtained in Gdansk reveal, first of all, its versatility. 1676 meetings and events which were organised in 2014, which included 41% of conferences and congresses, 34% of corporate events, incentive events (23%), as well as fairs and exhibitions (2%). Such distribution of different types of events presents wide possibilities on the part of the capital city of Pomeranian Voivodeship due to versatility of venues, logistic coordination and cooperation with the city.

Fig. 13 Meetings and events which took place in Kraków in 2014



Rys. 13 Spotkania i wydarzenia w Krakowie w 2014 roku (%)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Kraków w tegorocznym raporcie bardzo mocno zaznaczył swój charakter jako miasto konferencyjne. Aż 61% wszystkich analizowanych spotkań – czyli 2439 – zostało określonych jako konferencje i kongresy. 19% krakowskich spotkań stanowiły wydarzenia korporacyjne, 17% – wydarzenia motywacyjne, a 3% – targi. Nowo powstałe obiekty, w tym ICE Kraków, Expo Kraków i Arena Kraków zapewne sukcesywnie będą zwiększały możliwości rozwoju stolicy Małopolski, ukazując organizatorom krajowym i zagranicznym rosnący potencjał miasta.

(%)

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

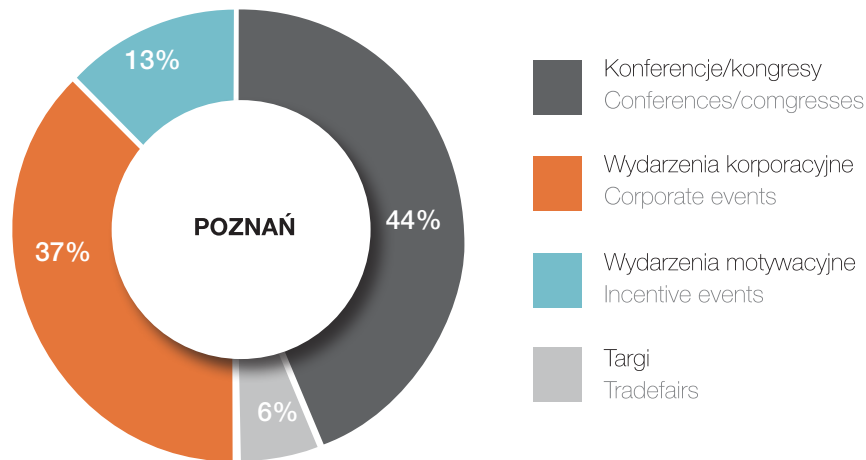
Kraków in this year's Report firmly stressed its character as the conference city. 61% of all analyzed meetings - which constitute 2439 - were determined as conferences and congresses. 19% constituted corporate events, 17% - incentive events, and 3% fairs. Newly created venues, including ICE Kraków, EXPO Kraków and Arena Kraków will be gradually increased their development opportunities considering the capital city of the Lesser Poland Voivodeship, showing national and foreign growing potential of the city.

Fig. 14 Meetings and events which took place in Poznań in 2014



fot. Belvedere Catering by Design, Kongres Muszkieterów, Kraków Arena

Rys. 14 Spotkania i wydarzenia w Poznaniu w 2014 roku (%)



(%)
Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Tegoroczne wyniki dotyczące Poznania ukazują miasto jako destynację silnie zorientowaną na współpracę zarówno skierowaną na spotkania stowarzyszeń, jak i wydarzenia korporacyjne. Oznacza to, że stolica Wielkopolski i firmy działające w obszarze przemysłu spotkań, pomimo swoich tradycyjnych silnych związków z przemysłem wystawienniczym, coraz częściej otwierają się na nowe kierunki współpracy. Rozkład procentowy organizowanych w Poznaniu wydarzeń – 44% kongresów i konferencji, 37% wydarzeń korporacyjnych, 13% wydarzeń motywacyjnych i 6% targów – potwierdza wcześniejsze stwierdzenie.

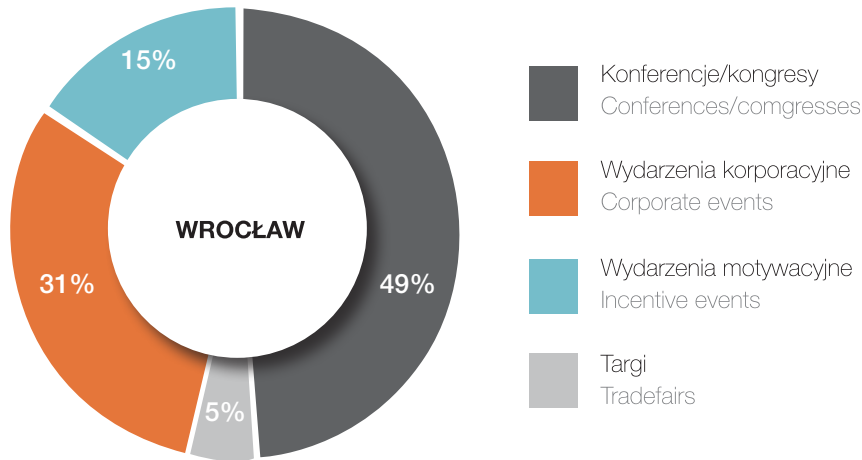
This year's results concerning Poznań show Poznań as strongly focused on cooperation directed to association meetings and corporate events i.e. the capital city of Greater Poland and companies which operate in the field of meetings industry, despite its traditional strong relations with exhibition industry more often open to new cooperation directions. 44% of congresses and conferences, 37% of corporate events, 13% of incentive events and 6% of fairs confirmed the previous statement.

Fig. 15 Meetings and events which took place in Wrocław in 2014



fot. Poznań Convention Bureau
Poznańska Lokalna Organizacja Turystyczna

Rys. 15 Spotkania i wydarzenia we Wrocławiu w 2014 roku (%)



(%)
Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Wrocław – miasto spotkań i stolicę Dolnego Śląska charakteryzuje w tym roku przede wszystkim wzrost liczby danych, które zostały przekazane do Raportu. Ponadto ciekawym faktem jest zmiana w podziale spotkań ze względu na ich charakter. Rok 2013 charakteryzował się brakiem dominacji jednej z grup. Natomiast tegoroczna dane wskazują, iż prawie połowa wszystkich spotkań, które odbyły się we Wrocławiu, tj. 49%, stanowiły kongresy i konferencje. Ponadto jedna trzecia wszystkich spotkań to wydarzenia korporacyjne (31%), a 15% – wydarzenia motywacyjne. Ostatnią, aczkolwiek mocną, grupę stanowią targi (5%).

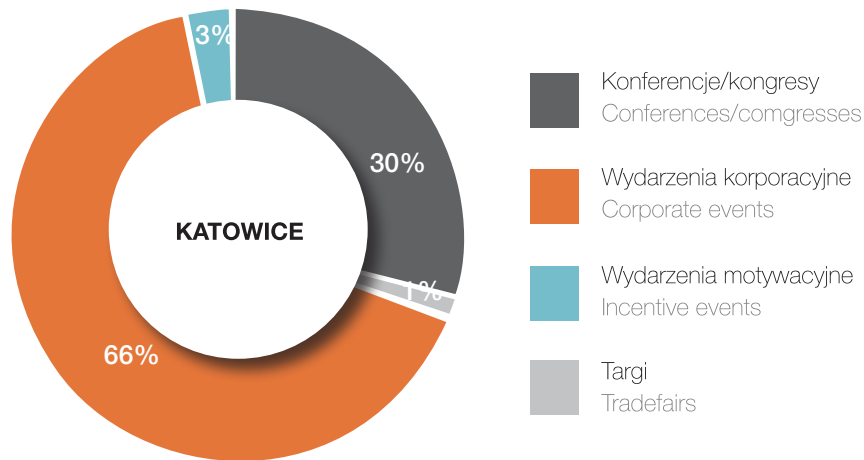
Wrocław – the city of meetings and the capital city of the Lower Silesia is characterized first of all by growth in data, which were provided for the Report. What is more, an interesting fact is change in meetings distribution owing to their character. 2013 was characterized by lack of domination with regard to groups. On the other hand, the previous year's data indicate that almost half of all meetings which took place in Wrocław i.e. 49% constituted congresses and conferences. What is more, one third of all constitute corporate events (31%), and 15% constitute incentive events. Last, but not least are fairs and exhibitions (5%).

Fig. 16 Meetings and events which took place in Katowice in 2014



fol. Polska Organizacja Turystyczna

Rys. 16 Spotkania i wydarzenia w Katowicach w 2014 roku (%)



(%)
Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Katowice jako destynacja biznesowa po raz pierwszy pojawia się w zestawieniu miast, ukazując tak mocne zainteresowanie klientem korporacyjnym – 66%. Przedstawione proporcje – prawie dwie trzecie wszystkich wydarzeń powiązane jest z firmami i przedsiębiorstwami, szczególnie w kontekście nowego centrum kongresowego, ukazują duży potencjał jakim dysponuje stolica Śląska. Charakter analizowanych wyników pokazuje również, iż 30% stanowią kongresy i konferencje. Następnie zostały sklasyfikowane wydarzenia motywacyjne 3% oraz targi 1%.

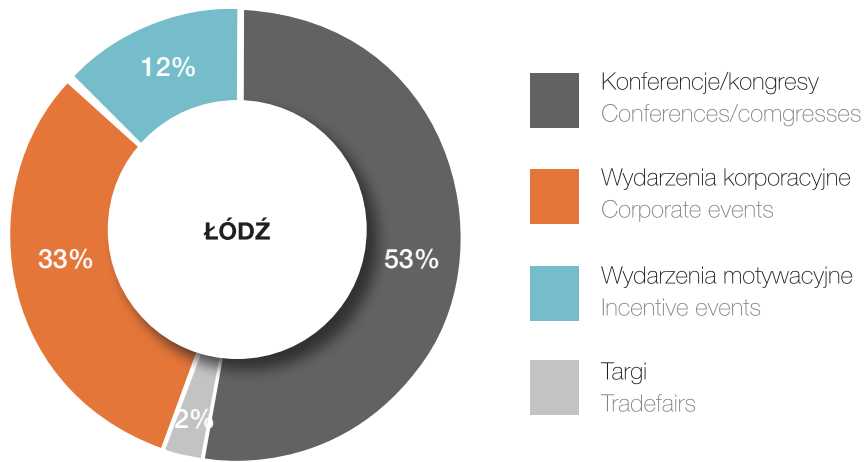
Katowice as business destination appeared for the first time in the list of cities which show strong interest in the corporate client – 66%. Presented proportions – almost two-thirds of all events are associated with companies and enterprises, in particular in the context of the new congress centre which shows great potential of the capital city of Silesia. The character of analyzed results shows that 30% are congresses and conferences. They were followed by incentive events which constituted 3% and fairs 1%.

Fig. 17 Meetings and events which took place in Łódź in 2014 (%)



fot. Krzysztof Krzeminski - Katowice

Rys. 17 Spotkania i wydarzenia w Łodzi w 2014 roku (%)



Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

„Łódź kreuje spotkania” to nie tylko hasło ostatniej kampanii, ale również bardzo widoczny krok w kierunku ukazania możliwości organizacji spotkań i wydarzeń w tym mieście. Ponad połowę wszystkich spotkań (53%), o których informacje zostały przekazane, stanowiły kongresy i konferencje, 33% – wydarzenia korporacyjne, 12% – wydarzenia motywacyjne, a 2% – targi.

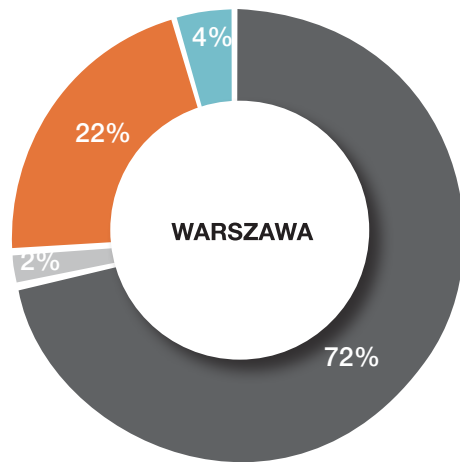
“Łódź creates meetings” is not only the slogan of the last campaign of this city, but also a visible step towards showing the possibilities and organization of meetings and events in this town. 53% of all meetings on which information were provided constituted congresses and conferences 33% corporate events, 12% incentive events, and 2% fairs.

Fig. 18 Meetings and events which took place in Warsaw in 2014



fol. P. Wojtyczka

Rys. 18 Spotkania i wydarzenia w Warszawie w 2014 roku (%)



(%)

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

-  Konferencje/kongresy
Conferences/congresses
-  Wydarzenia korporacyjne
Corporate events
-  Wydarzenia motywacyjne
Incentive events
-  Targi
Tradefairs

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Finalnie warto ukazać stolicę Polski, z danymi dotyczącymi spotkań i wydarzeń, które udało się opracować w Warszawie w 2014 roku. Ponad 72% z nich stanowią kongresy i konferencje, co ukazuje ten ośrodek jako jeden z kluczowych centrów wymiany informacji i wiedzy. Ponad jedną piątą (22%) stanowią wydarzenia korporacyjne, a 4% – wydarzenia motywacyjne. Natomiast 2% z 3586 spotkań i wydarzeń w stolicy stanowią targi.

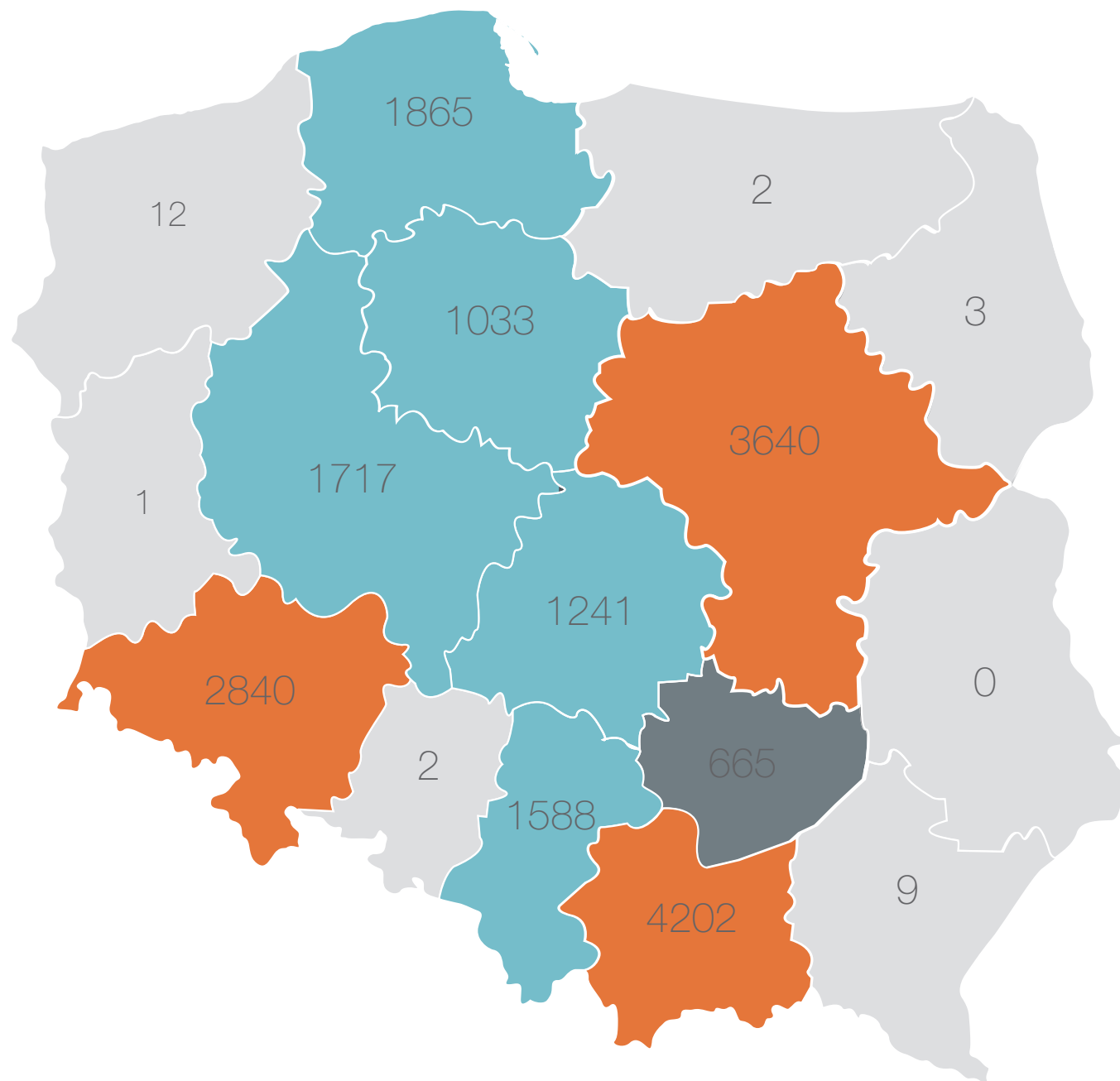
Finally, the capital city of Poland should be presented with data related to meetings and events which were identified in Warsaw in 2014. More than 72% of them constitute congresses and conferences, which presents this centre as one of the key centres of exchange of information and knowledge. 22% constitute corporate events, and 4% incentive events. What is more, 2% of 3586 meetings and events constitute fairs.

This year's Report shows also number of meetings and events ac-



Tegoroczny Raport ukazuje również liczbę spotkań i wydarzeń w podziale według województw. Analizie udało się poddać wszystkie zorganizowane spotkania tj. 18 820. I tak 22,33% stanowią te odbywające się na terenie województwa małopolskiego (4202 spotkania). Na drugim miejscu zostało sklasyfikowane województwo mazowieckie 19,34% (3640 spotkania). Natomiast trzecie miejsce zajmuje województwo dolnośląskie z 2840 spotkaniami i 15,09%.

Rys. 19 Liczba spotkań i wydarzeń wg. województw w 2014



ording to Voivodeships. The analysis covered all organised meetings i.e. 18820. 22.33% constitutes these which are held in the Lesser Poland Voivodeship (4202 meetings). The second place covered Mazovian Voivodeship, 19.34% (3640 meetings). The third place covered Lower Silesian Voivodeship with 2840 meetings which constituted 15.09%.

Fig. 19 Number of meetings and events in voivodeship in 2013

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Tab. 13 Number of meetings and events which were held in partic-

Tab. 13 Liczba spotkań i wydarzeń w poszczególnych województwach w 2014 roku

ular Voivodeships in 2014

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Województwo / Voivodeship	Liczba / Number	%
DOLNOŚLĄSKIE	2840	15,09%
KUJAWSKO - POMORSKIE	1033	5,49%
LUBELSKIE	0	0,00%
LUBUSKIE	1	0,01%
ŁÓDZKIE	1241	6,59%
MAŁOPOLSKIE	4202	22,33%
MAZOWIECKIE	3640	19,34%
OPOLSKIE	2	0,01%
PODKARPACKIE	9	0,05%
PODLASKIE	3	0,02%
POMORSKIE	1865	9,91%
ŚLĄSKIE	1588	8,44%
ŚWIĘTOKRZYSKIE	665	3,53%
WARMIŃSKO - MAZURSKIE	2	0,01%
WIELKOPOLSKIE	1717	9,12%
ZACHODNIOPOMORSKIE	12	0,06%
Razem / Total	18 820	100,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Podobnie jak w latach ubiegłych również w tym roku udało się uzyskać informacje o rodzaju grupy, która brała udział w spotkaniu. Na podstawie zebranych danych określono, iż 73,72% tj. 13 874 spotkania i wydarzenia zostało zorganizowane na zlecenie przedsiębiorstw. Pozostałe dwie grupy: stowarzyszenia i organizacje non-profit (2474 - 13,15%) oraz instytucje rządowe i organizacje publiczne - 2472 spotkań (13,13%) miały bardzo podobny udział jako zleceniodawcy i różniły się zaledwie kilkoma spotkaniami. (Tab. 14)

Tab. 14 Liczba spotkań i wydarzeń wg zleceniodawców w 2014 roku

Similarly, as in previous years, also in this year it was possible to show information on the type of groups which took part in the meeting. On the basis of collected information it was stated that 73.72%, i.e. 13874 meetings and events were organised at the request of enterprises. The remaining two groups: associations and non-profit organizations (2474 - 13.15%), as well as government and public institutions - 2472 meetings (13.13%) had similar share as the client and differed only by several meetings. (Tab. 14)

Tab. 14 Number of meetings and events according to clients in 2014

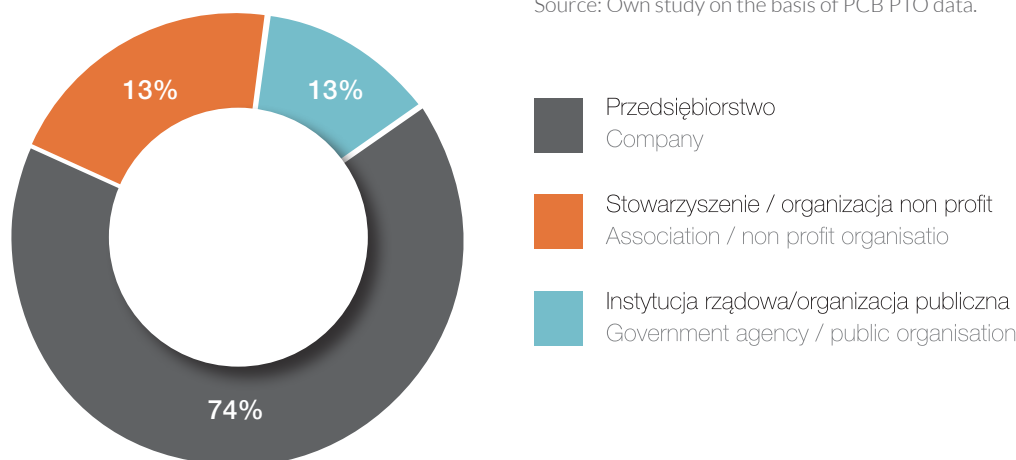
Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Rodzaj zleceniodawcy / Type of customers	Liczba Number	%
INSTYTUCJA RZĄDOWA/ORGANIZACJA PUBLICZNA GOVERNMENT AGENCY / PUBLIC ORGANISATION	2472	13,13%
PRZEDSIĘBIORSTWO / COMPANY	13874	73,72%
STOWARZYSZENIE / ORGANIZACJA NON PROFIT ASSOCIATION / NON PROFIT ORGANISATION	2474	13,15%
Razem / Total	18 820	100,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Fig. 20 Number of meetings and events according to type of the

Rys. 20 Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju zleceniodawcy w 2014 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

3.3.3 Analiza ekonomiczna spotkań i wydarzeń w Polsce w roku 2014

Ocena ekonomicznych efektów spotkań i wydarzeń jest zadaniem skomplikowanym, ponieważ jest to zjawisko wielowymiarowe, które może być analizowane pod różnym kątem widzenia. Podstawowym źródłem tych efektów są wydatki uczestników spotkań, zarówno finansowane z ich dochodów osobistych, jak i środków delegujących je przedsiębiorstw i instytucji. Wydatki te obejmują:

- zakwaterowanie – baza noclegowa o różnym charakterze;
- wynajem powierzchni targowo-konferencyjnej;
- opłaty konferencyjne, za uczestnictwo lub bilety wstępu, w ramach których oferowane są posiłki, szkolenia, materiały promocyjne i publikacje;
- transport – zarówno z miejsca zamieszkania, jak i po miejscowości, w której odbywa się spotkanie lub wydarzenie, jest to bardzo zróżnicowana pozycja obejmująca usługi przewoźników różnych gałęzi transportu, taksówki, publiczny transport lokalny oraz na zakup paliwa i usług motoryzacyjnych;
- usługi gastronomiczne;
- usługi kulturalne, rekreacyjne, m. in. spa;
- zakupy w sklepach detalicznych, jak i zakupy produktów oferowanych w trakcie wydarzeń, np. targów.

Skala i struktura tych wydatków zależą od liczby uczestników, miejsc ich pochodzenia oraz oferty dostępnej w miejscowościach, w których odbywają się wydarzenia i spotkania. W przypadku uczestników przyjeżdżających z zagranicy lub z oddalonych miejsc udział w takim wydarzeniu często jest okazją do lepszego poznania odwiedzanych okolic, co dodatkowo wpływa na jego efekty ekonomiczne. Lokalizacja wydarzenia w interesującym miejscu skłania do przedłużania pobytu ponad konieczne minimum i podróżowania z osobami towarzyszącymi.

W kategoriach ekonomicznych wydatki uczestników spotkań i wydarzeń to strumień popytu, który trafia do przedsiębiorstw z różnych branż. Dla niektórych z nich jest to znacząca część obrotów, istotnie wpływająca na wyniki przedsiębiorstwa, dla innych tylko niewielki odsetek sprzedaży. Do branż szczególnie korzystających na organizacji wydarzeń i spotkań należą przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe, głównie hotele. Popyt ze strony uczestników spotkań i wydarzeń może być znaczący także dla placówek gastronomicznych oraz oczywiście dla przedsiębiorstw zajmujących się organizacją i obsługą takich wydarzeń.

Ocena efektów ekonomicznych spotkań i wydarzeń z punktu widzenia miejscowości, w których się odbywają, nie jest tak jednoznaczna, jak w przypadku przedsiębiorstw. Trzeba pamiętać, że część wydatków uczestników trafia do przedsiębiorstw z innych miejscowości, a nawet z zagranicy. Dotyczy to szczególnie usług

client in 2014

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.



3.3.3 Economic analysis concerning meetings and events which were held in Poland in 2014

Assessment of economic effects of meetings and events is a complex task as it is a multi-dimensional phenomenon that can be analysed from various angles. The main source of these effects are the expenses of participants, financed with their personal income as well as by funds of companies and institutions that delegated them. These expenses include:

- accommodation – accommodation base of diverse nature;
- rental of fair-conference grounds;
- conference fees, participation fees or entrance tickets that include meals, trainings, promotional materials and publications;
- transport – both from the place of residence as well as in the location of the meeting or the event, it is very a differentiated item covering services of carriers of various branches of transport, taxis, public local transport and purchase of automotive services;
- gastronomic services;
- cultural services, recreational services, e.g. spa;
- shopping in retailers as well as by purchase of products offered during events, e.g. fairs.

The scale and structure of these expenses depend on the number of participants, their places of origin and the offer available in locations where events and meetings take place. In the case of participants coming from abroad or from distant places to participate in such events it is often an opportunity to do sightseeing in the visited region, which affects its economic effects. Locating an event in an interesting place encourages prolonging stay over necessary minimum and travelling with accompanying people.

In economic categories, expenses for meetings and events participants are a demand stream that reaches companies of different trades. For some of them, it is an important part of turnover, substantially influencing company's results, for others only a small proportion of sales. Industries particularly benefiting from organising events and meetings include companies providing accommodation services, mainly hotels. Demand on the part of participants of meetings and events may be significant also for gastronomic outlets and, of course, for companies involved in organisation and servicing.

Assessment of economic effects of meetings and events from the point of view of locations where they take place is not as clear as in the case of companies. It is necessary to remember that part of the total expenditures of participants reaches companies from other locations and even from abroad. This applies particularly to carriers' services, as well as to some of purchase expenses. At the same time, from the point of view of particular locations, expenses of participants of events and meetings may have critical importance

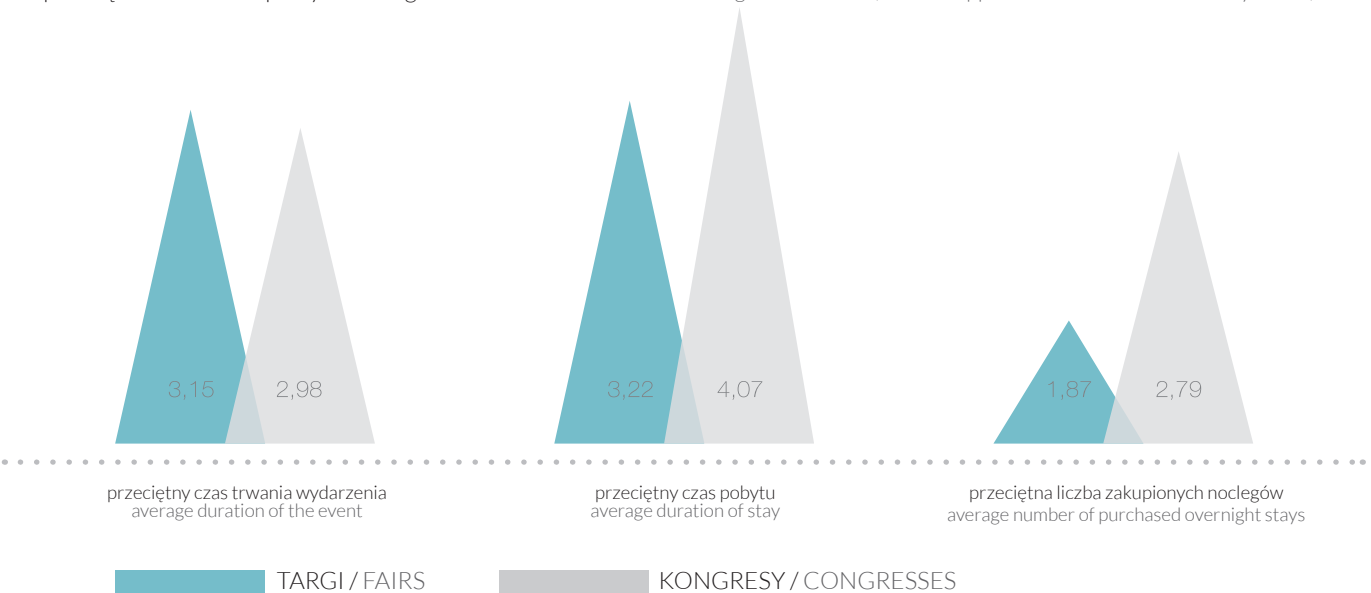
przewoźników, a także części wydatków na zakupy. Równocześnie z punktu widzenia poszczególnych miejscowości wydatki uczestników wydarzeń i spotkań mogą mieć kluczowe znaczenie, ponieważ gwarantują popyt umożliwiający istnienie poszczególnych przedsiębiorstw, a tym samym miejsc pracy. Dodatkowym czynnikiem, ważnym choć trudnym do zmierzenia, jest rozgłos, jaki zapewniają niektóre z wydarzeń, szczególnie te międzynarodowe. Dane zebrane na potrzeby Raportu umożliwiają poznanie zachowań uczestników spotkań i wydarzeń oraz ich znaczenie dla branży hotelarskiej i gastronomicznej, a także do pewnego stopnia dla gospodarki kraju.

1. Wydatki uczestników spotkań i wydarzeń

W trakcie badań ankietowych przeprowadzonych w 2014 r. zebrano 1167 ankiet, z których po przejrzaniu pod kątem kompletności do dalszych analiz wykorzystano 1114. Badanie miało charakter losowo-kwotowy i było przeprowadzane w trakcie wybranych kongresów i targów, które odbywały się w ciągu roku w Poznaniu, Krakowie i Warszawie. W przypadku targów były to imprezy trwające 2, 3 lub 4 dni, natomiast w przypadku kongresów od 1 do 6 dni. Analizę zachowań uczestników przeprowadzono oddzielnie dla uczestników targów (872 ankiety) i kongresów (242 ankiety). We wszystkich przypadkach wśród respondentów znalazły się osoby zamieszkałe w danej miejscowości lub jej okolicach (tj. niekorzystające z bazy noclegowej), z innych miejscowości na terenie kraju i zagranicy. Wszystkie estymacje przeprowadzono dla poziomu ufności 95%.

Przedmiotem estymacji były: przeciętny czas pobytu w związku z wydarzeniem, przeciętna liczba noclegów zakupionych przez uczestnika, przeciętne wydatki uczestnika na noclegi, gastronomię, usługi kulturalne i rekreacyjne. Ustalenia dotyczące czasu pobytu na wydarzeniu przedstawia rys. 21. Przeciętny czas trwania wydarzenia został obliczony jako średnia dla kongresów i targów, w trakcie których przeprowadzano badania ankietowe, natomiast czas pobytu i liczba zakupionych noclegów zostały oszacowane na podstawie udzielonych odpowiedzi. Na obie wymienione wielkości miały wpływ: odsetek lokalnych uczestników, którzy nie korzystali z noclegów, odsetek korzystających z noclegów u znajomych, liczba dni uczestnictwa w wydarzeniu oraz ewentualny dodatkowy pobyt.

Rys. 21 Przeciętny czas trwania wydarzenia, przeciętny czas pobytu i przeciętna liczba zakupionych noclegów



kongresy n=242, względny błąd szacunku: czas pobytu +/- 6%, liczba zakupionych noclegów +/- 9,7%; targi n=872, względny błąd szacunku: czas pobytu +/- 3%, liczba zakupionych noclegów +/- 5,6%, poziom ufności 95%
Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiet dostarczonych przez Poland Convention Bureau POT

as they guarantee demand enabling existence of particular companies, and hence jobs. An additional factor, important though difficult to measure, is publicity provided by some of the events, especially by those of international range. Data collected for the purposes of the Report enable learning about behaviour of participants of meetings and events and their importance for of the hotel and gastronomic trade, as well as, to a certain extent, for the national economy.

1. Expenses of participants of meetings and events

In the course of survey conducted in 2014 1,167 surveys were collected out of which 1,114 were used after inspection in terms of completeness for further studies. The random quota study was conducted during selected congresses and fairs that took place annually in Poznań, Krakow and Warsaw. Fairs were events lasting 2, 3 or 4 days, whereas congresses 1 to 6 days. Behaviour analysis of participants was conducted separately for fairs participants (872 surveys) and congresses participants (242 surveys). In all cases respondents included persons living in a given location or its vicinity (i.e. not using accommodation facilities), from other locations in Poland and abroad. All estimations were conducted for the level of confidence amounting to 95%.

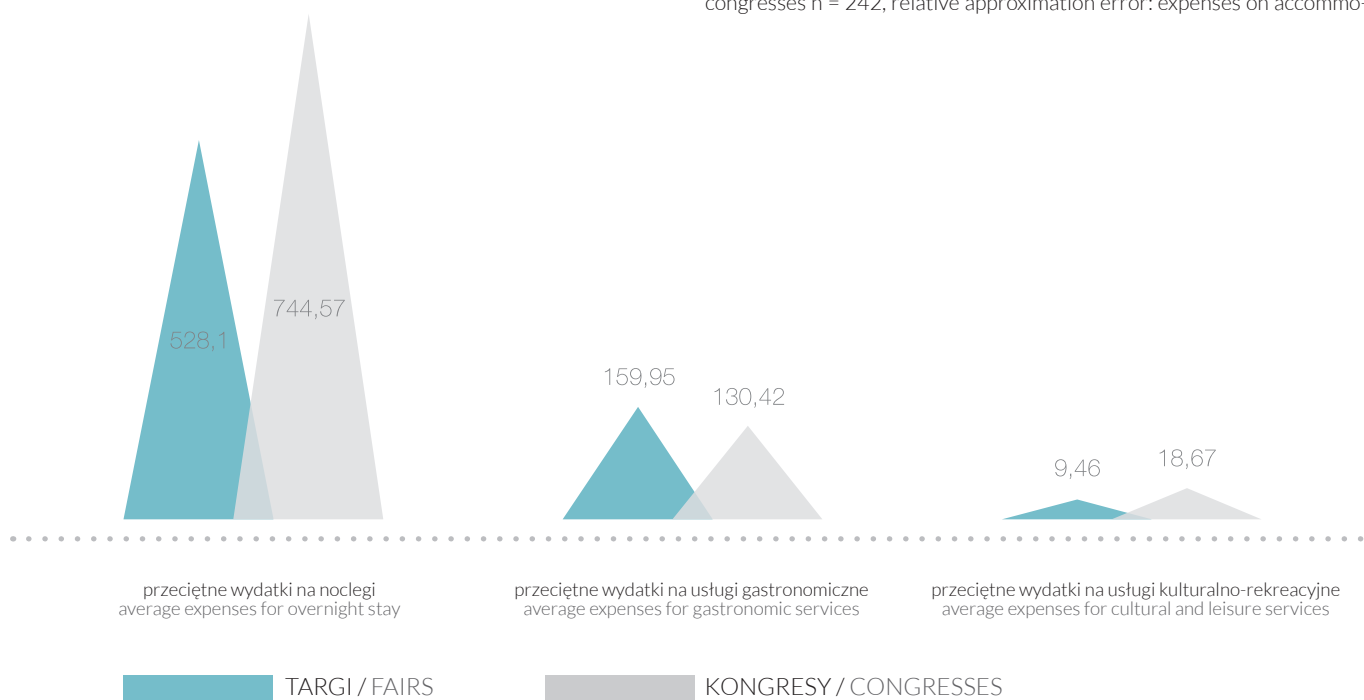
The object of estimation were: average time of stay in connection with an event, average number of overnight stays purchased by a participant, average expenses of a participant for accommodation, gastronomic services, cultural and recreational services. Information concerning the time of staying at an event is presented in Fig. 21 Average event duration was calculated as combined average for congresses and fairs covered by research, while the time of stay and number of purchased overnight stays have been determined on the basis of the provided answers. Both mentioned values were influenced by: proportion of local participants who purchased overnight stays, percentage of people that spent the night at their friends' and number of days of participation in an event and possible prolonged stay.

Fig. 21 Average event duration, average time of stay and average number of purchased overnight stay
congresses n = 242, relative approximation error: time of stay +/- 6%, num-

ber purchased overnight stays +/- 9.7%; fairs n = 872, relative approximation error: time of stay +/- 3%, number purchased overnight stays +/- 5,6%, the level of confidence 95%
Source: own study on the basis of surveys supplied by Poland Convention Bureau.
Collected data revealed that congresses participants had a higher

Z zebranych danych wynika, że uczestnicy kongresów charakteryzowali się większą skłonnością do wydłużania czasu pobytu niż uczestnicy targów, co znalazło odbicie także w liczbie zakupywanych noclegów. Wydatki uczestników obu rodzajów wydarzeń przedstawiono na rys. 22.

Rys. 22 Przeciętne wydatki uczestników kongresów i targów na wybrane usługi



tendency to prolong the time of stay than fairs participants, which was reflected in the number of purchased overnight stays. Expenses of participants of both types of events are presented in Fig. 22.

Fig. 22 average expenses of participants of congresses and fairs on selected services

congresses n = 242, relative approximation error: expenses on accommo-

kongresy n=242, względny błąd szacunku: wydatki na noclegi +/- 11,3%, wydatki na usługi gastronomiczne +/- 23%, wydatki na usługi kulturalno-rekreacyjne +/- 42%; targi n=872, względny błąd szacunku: wydatki na noclegi +/- 7,8%, wydatki na usługi gastronomiczne +/- 13,4%, wydatki na usługi kulturalno-rekreacyjne +/- 33,5%, poziom ufności 95%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie ankiet dostarczonych przez Poland Convention Bureau POT.

Skłonność uczestników kongresów do wydłużania pobytu znalazła odzwierciedlenie w wysokości ich przeciętnych wydatków na noclegi. Zgodnie z wynikami badania zdecydowanie dominowało korzystanie z hoteli, inne rodzaje bazy miały marginalne znaczenie. Nieco zaskakujący może się wydawać niższy poziom wydatków uczestników kongresów na usługi gastronomiczne, ale należy pamiętać, że przedmiotem analizy są wydatki na dodatkowe usługi gastronomiczne, tj. niewłączone w opłatę za uczestnictwo. Włączanie takich usług w opłatę konferencyjną jest znacznie częstszym zjawiskiem niż ma to miejsce w przypadku targów. Wydatki na usługi kulturalno-rekreacyjne okazały się stosunkowo niewielkie, przy czym szacunki obciążone są dużym błędem. Wynika to z faktu, że wydatki takie wskazywali stosunkowo nieliczni respondenci, ale były to zazwyczaj dość wysokie kwoty.

2. Wkład przemysłu spotkań w gospodarkę kraju

Jak wspomniano wcześniej przemysł spotkań ma szczególne znaczenie dla branży hotelarskiej, a częściowo także gastronomicznej. Bezpośredni wpływ spotkań i wydarzeń na działalność hoteli obejmuje:

- wpływy ze sprzedaży usług noclegowych – stanowiące podstawowe źródło przychodów hoteli,
- wpływy ze sprzedaży usług gastronomicznych, rekreacyjnych zakupywanych przez uczestników wydarzeń i spotkań,
- wpływy z konferencji, spotkań korporacyjnych, wystaw i targów organizowanych na terenie hotelu – obejmujące opłatę za

dations +/-11,3%, expenses on restaurant services +/-23%, expenses on cultural-recreational services +/-42%; fairs n = 872, relative approximation error: expenses on accommodations +/-7,8%, expenses on gastronomic services +/-13,4%, expenses on cultural-recreational services +/-33,5%, the level of confidence 95%.

Source: own study on the basis of surveys supplied by Poland Convention Bureau.

Tendency of participants to prolong their stay was reflected in the amount of their average expenses for accommodations. According to the research results spending nights in hotels was the most frequent, using other types of accommodation facilities was very rare.

A slight surprise might be a lower level of expenses for gastronomic services, but it is important to remember that the subject of the analysis are the additional expenses on gastronomic services, i.e. not included in the participation fee. Including such services in conference fee is much more frequent phenomenon in comparison to fairs. Expenses on cultural-recreational services have been relatively small, however estimates have a large margin of error. It results from the fact that such expenses were usually quite high and reported by relatively few respondents.

2. Meetings industry influence on the country's economy

As it was mentioned earlier, meetings industry has a special importance for hotel trade and to a certain extent also gastronomic trade. Direct influence of meetings and events on hotels' functioning includes:

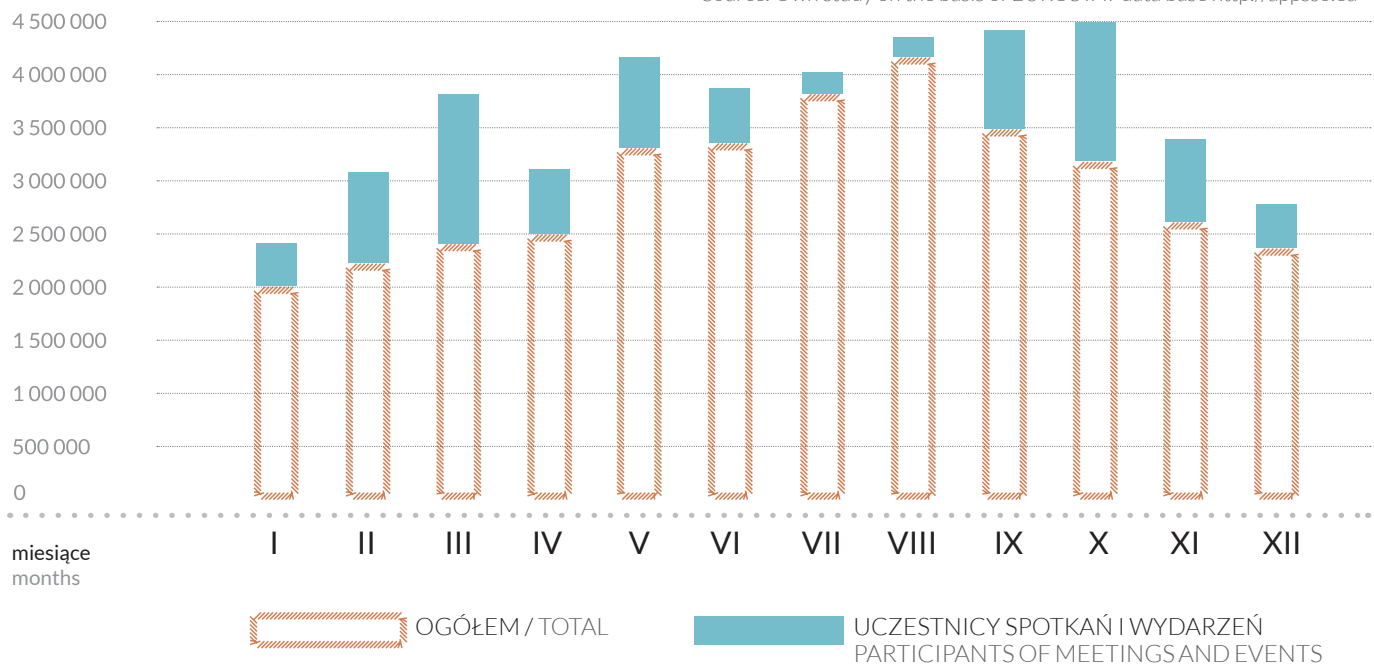
- accommodation services sales revenue – constituting the basic source of hotels revenue,
- gastronomic services receipts, recreation services receipts due to spending of events and meetings participants,
- conferences, corporate, exhibitions and fairs organised at the hotel receipts - including fee for a room along with equipment plus receipts from sales of catering services and possibly fees for spe-

udostępnienie sali wraz z wyposażeniem, a ponadto wpływy ze sprzedaży usług cateringowych i ewentualnie opłaty za specjalne pakiety usług, np. spa.

Zebrane dane umożliwiają oszacowanie jedynie pierwszej z wymienionych wielkości. Analiza obejmuje dane dostarczone z poszczególnych województw. Bazując na danych dotyczących struktury spotkań i wydarzeń w 2014 r. według rodzaju wydarzenia, liczby uczestników i wynikach badań ankietowych, liczbę noclegów sprzedanych uczestnikom wydarzeń i spotkań oszacowano na 8314 tys., co stanowiło 23,3% ogółu noclegów udzielonych w bazie hotelowej (hotele i podobne objekty) w 2014 r.¹ W odniesieniu do targów i kongresów posłużono się średnią liczbą noclegów na jednego uczestnika przedstawioną w poprzednim punkcie, a w przypadku wydarzeń korporacyjnych i wydarzeń motywacyjnych posłużono się średnią dla targów.

Wpływ spotkań i wydarzeń na działalność bazy noclegowej nie ogranicza się do liczby udzielonych noclegów. Ważną jest także sezonowość kreowanego przez nie popytu, która jest komplementarna w stosunku do innych segmentów rynku, tzn. popyt uczestników wydarzeń i spotkań występuje w okresach obniżonego zapotrzebowania ze strony innych gości. Jest to bardzo ważne z punktu widzenia podnoszenia stopnia wykorzystania miejsc noclegowych, a tym samym rentowności bazy hotelowej, która dysponuje określoną pojemnością i nie może dostosowywać wielkości podaży, ani struktury kosztów do aktualnego popytu. Sezonowość wykorzystania bazy przez uczestników wydarzeń i spotkań przedstawiono na rys. 23.

Rys. 23. Sezonowość wykorzystania bazy noclegowej w Polsce w 2014 r.



cial services packages, e.g. spa.

Collected data enable estimating only the former of the above mentioned values. The analysis includes data delivered from different provinces. Based on data concerning the structure of meetings and events in 2014 by the type of events, the number of participants and surveys results the number of overnight stays sold to participants of events and meetings was estimated at 8,314 thousands, which was 23.3% of all overnight in hotel facilities (hotels and similar structures) in 2014. With regard to and fairs and congresses, the average number of overnight stays per 1 participant presented in the previous item was used and in the case of corporate motivational and motivational events average value for fairs was used.

The impact of meetings and events activities on accommodation facilities base is not limited to the number of overnight stays. Seasonality of demand created by them is important as well, it is complementary to other market segments, i.e. demand created by participants of events and meetings is present in the periods of lowered demand created by other visitors. This is very important from the point of view of increasing the use of accommodation facilities and hence profitability of hotel facilities that have specified capacity and cannot adapt supply level or costs structure to demand. Seasonality of facilities used by the participants of events and meetings is presented in Fig. 23.

Fig. 23. Seasonality of accommodation facilities use in Poland in 2014

Source: Own study on the basis of EUROSTAT data base <http://appsso.eu>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie na podstawie bazy Eurostat http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=tour_occ_nim&lang=en 25.02.2015

rostat.ec.europa.eu/nui/show.to?dataset=tour_occ_nim&lang=en 25.02.2015

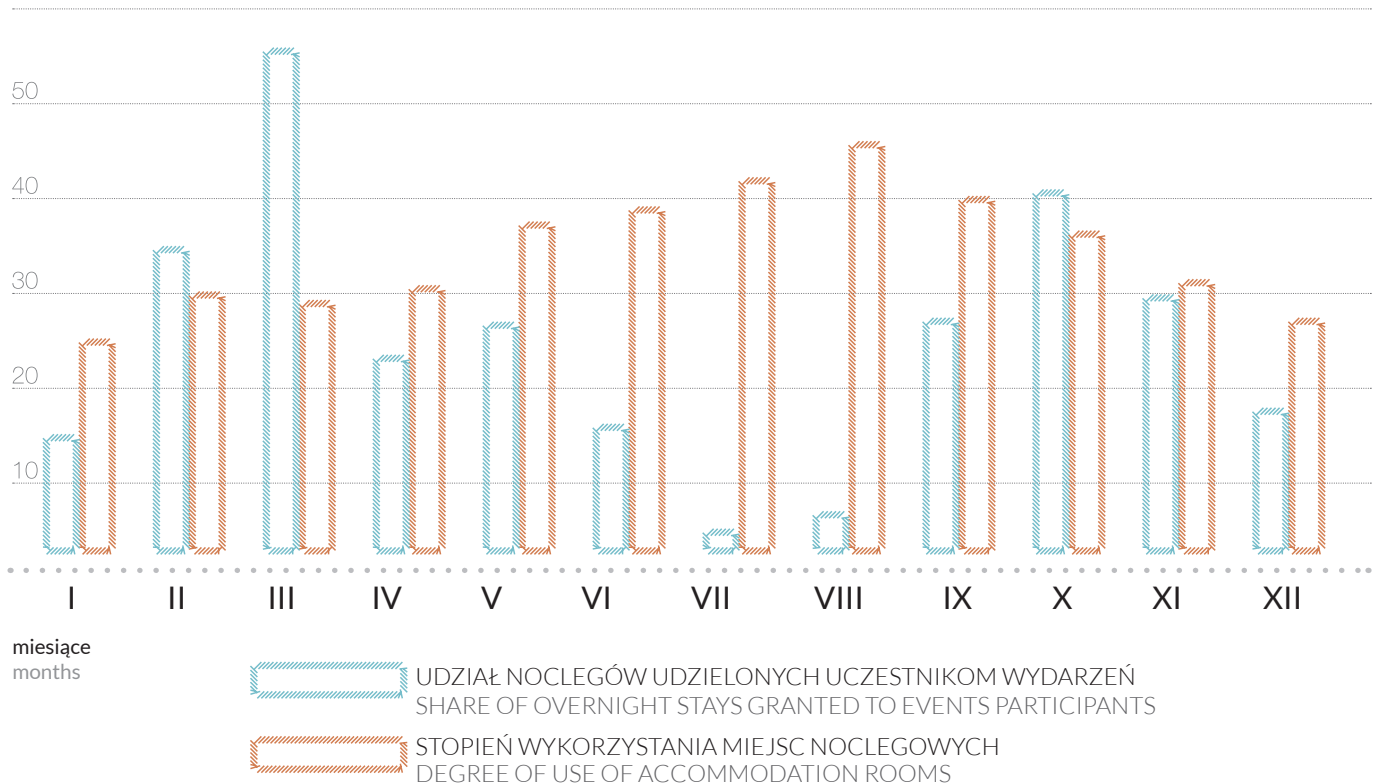
Znaczenie przemysłu spotkań z punktu widzenia poprawy stopnia wykorzystania miejsc noclegowych w bazie hotelowej ilustruje rys. 24. Przedstawiono na nim stopień wykorzystania tych miejsc w poszczególnych miesiącach i udział noclegów udzielonych uczestnikom spotkań i wydarzeń w danym miesiącu. Można zauważyć, że w miesiącach charakteryzujących się niskim stopniem wykorzystania udział noclegów związanych z przemysłem spotkań był szczególnie wysoki. Prawidłowość ta była szczególnie widoczna w marcu, lutym i listopadzie.

The importance of meetings industry in increasing accommodation facilities use in hotel data base is illustrated in Fig. 4. It presents the degree of use of accommodation facilities in particular months and share of overnight stays of participants of meetings and events in a given month. It can be noticed that in months characterized by low degree of use of accommodation facilities, the share of overnight stays related to meetings industry was particularly high. This regularity was particularly noticeable in March, February and November.

Fig. 24. Degree of use of accommodation rooms in hotel facilities

1. Liczba udzielonych noclegów ogółem w bazie hotelowej w 2014 r. wyniosła 35 649 tys., npodst. bazy Eurostat 25.02.2015
1. Number of overnight stays total in the hotel facilities in 2014 amounted to 35,649 thousands according to EUROSTAT 25.02.2015

Rys. 24 Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w bazie hotelowej w Polsce w 2014 r. in Poland in 2014.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS http://stat.gov.pl/bdl/app/dane_podgrup.display?p_id=423026&p_token=0.3387484005652368# 1.03. 2014.

Source: Own elaboration on the basis of Local Data Bank of the Central Statistical Office of Poland (CSOoP) http://stat.gov.pl/bdl/of_automatyczne_dane_podgrup.display?p_id=423026&p_token=0.3387484005652368# 1.03. 2014.

Jak wspomniano, wkład spotkań i wydarzeń w wyniki finansowe hoteli nie ogranicza się do świadczenia usług noclegowych. Z danych zebranych przez Poland Convention Bureau wynika, że ok. 61% z nich odbywało się w hotelach, co wiąże się uzyskiwaniem wpływów z wynajmu powierzchni, a także zazwyczaj także z obsługą cateringową. Były to jednak głównie spotkania o stosunkowo niewielkiej liczbie uczestników, ponieważ stanowili oni ok. 14% ogółu uczestników wydarzeń w 2014 r.

As it has been mentioned, contribution of meetings and events to financial results of hotels is not limited to provision of accommodation services. Data collected by Poland Convention Bureau show that ca. 61% of them took place in hotels, which involves space rental, as well as usually catering services. These were, however, mainly meetings with relatively low numbers of participants, as they constituted ca. 14% of all events participants in 2014.

Zebrane dane umożliwiają jedynie częściową ocenę wkładu przemysłu spotkań w gospodarkę. Możliwa jest ocena wielkości sprzedaży usług noclegowych i gastronomicznych zakupionych przez uczestników wydarzeń oraz wydatków na usługi kulturalno-rekreacyjne. Na podstawie danych Poland Convention Bureau wielkości te wyniosły odpowiednio:

Collected data enable only partial evaluation of contribution of meetings industry participants into economy. Collective assessment of gastronomic and accommodation services purchased by participants of events and expenses for cultural-recreational services is possible. On the basis of data of Poland Convention Bureau these figures amounted to respectively:

- sprzedaż noclegów – 2302,8 mln PLN
- sprzedaż usług gastronomicznych – 484,7 mln PLN
- sprzedaż usług kulturalno-rekreacyjnych – 54,7 mln PLN.

- overnight stays sale – PLN 2,302.8 million
- gastronomic services sales – PLN 484.7 million
- cultural-recreational services sales – PLN 54.7 million.

Dostępne dane na temat produkcji globalnej w sekcji I dotyczą 2012 r., kiedy wyniosła 34 388 mln PLN², a więc oszacowany wkład przemysłu spotkań w produkcję tej sekcji to 8,1%, przy czym na same noclegi 6,7%. Jest to zatem istotny wkład w działalność tej branży w Polsce, zwłaszcza jeśli pamiętać, że w oszacowaniu nie uwzględniono w pełni sprzedaży na rzecz przemysłu spotkań. Warto również dodać, że oszacowana kwota sprzedaży usług noclegowych, gastronomicznych i kulturalno-rekreacyjnych (2842,2 mln PLN) zasiłowała lokalne gospodarki miejscowości, które gościły wydarzenia i spotkania.

Available data on the global production in section I relate to 2012, when it amounted to PLN 34,388 million, so estimated meeting industry contribution in production of this section is 8.1%, and on overnight stays themselves 6.7%. This is thus an important contribution to functioning of this trade in Poland, especially taking into consideration that sales related to meetings industry were not included in the estimation. It is also worth adding that estimated amount of sales of accommodation, gastronomic and cultural-recreational services (PLN 2,842.2 million) supported local economies of locations that hosted events and meetings.

On the basis of more detailed data concerning participation of val-

2. Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2009-2012, GUS, Warszawa 2014, s. 316.
2. National accounts by institutional sectors and sub-sectors 2009-2012, GUS, Warsaw 2014, p. 316.

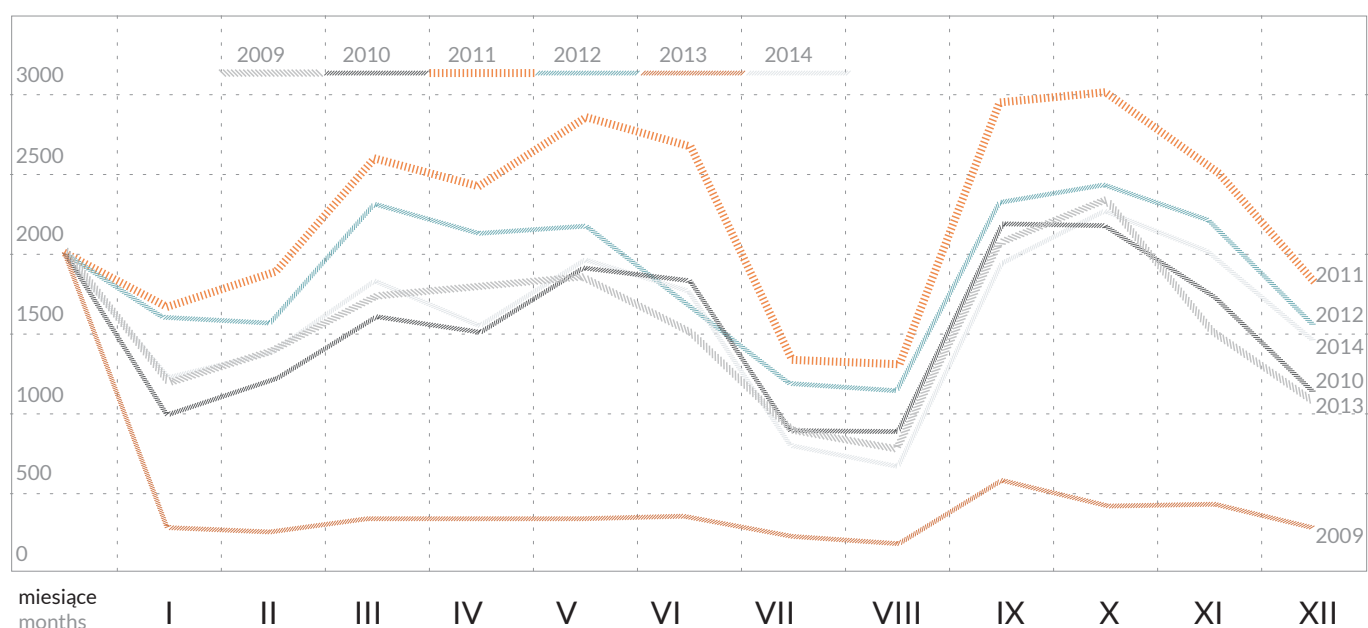
Na podstawie bardziej szczegółowych danych dotyczących udziału wartości dodanej w sekcji I w 2012 r., które są dostępne w bazie Eurostat, można obliczyć wkład sprzedaży usług hotelarskich i gastronomicznych w tworzenie wartości dodanej i tworzenie miejsc pracy³. Oszacowany na podstawie tych danych wkład przemysłu spotkań w gospodarkę kraju to 1121,1 mln PLN wartości dodanej wytworzonej w bazie hotelowej i 141,5 mln PLN w działalności gastronomicznej, czyli ogółem 1262,6 mln PLN. Wkład w tworzenie miejsc pracy to 15 519 pracujących w bazie hotelowej i 11 954 w usługach gastronomicznych, które cechuje znacznie mniejsza produktywność niż miejsca pracy w bazie hotelowej. Łącznie daje to miejsca pracy dla 27 473 osób w skali kraju.

3.3.4 Porównanie spotkań i wydarzeń w latach 2009 – 2014

Po raz kolejny zostało przygotowane w Raporcie porównanie zorganizowanych na terenie Polski spotkań. Celem takiego zestawienia za lata 2009 – 2014 jest pokazanie zmian, jakie zachodzą, ukazanie sezonowości i dostarczenie pełnego obrazu przemysłu spotkań w Polsce na przestrzeni ubiegłych sześciu lat. Do powyższych wyników, podobnie jak w roku ubiegłym, należy podchodzić z pewnym dystansem, ponieważ zmiana sposobu zbierania danych w latach 2012 – 2013 mogła wpłynąć na wielkość wyników. Natomiast cennym i godnym odnotowania jest fakt, iż wszystkie regionalne convention bureaus (11 organizacji) przekazały dane dotyczące swoich miast i regionów.

Analizę warto zacząć od ukazania liczby spotkań w podziale na lata i sezonowość. Okres wiosny (kwiecień, maj, czerwiec) oraz jesieni (wrzesień, październik) to czas, w którym co roku odbywa się najwięcej spotkań. W latach 2009 – 2010 najwięcej spotkań odbyło się we wrześniu – kolejno 569 i 2184, natomiast w latach 2011 – 2014 w październiku (3012, 2434, 2343, 2280). Już tradycyjnie najrzadziej wybieranymi miesiącami pod względem organizacji spotkań i wydarzeń są styczeń i luty oraz lipiec i sierpień.

Rys. 25 Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w Polsce w latach 2009 – 2014



ue added in section I in 2012 that are available in the data base of EUROSTAT contribution of hotel and gastronomic services in creation of value added and workplaces can be calculated.2. Contribution of meetings industry estimated to country's economy on the basis of this data amounts to PLN 1,121.1 million value added generated in the hotel facilities and PLN 141.5 millions in gastronomic services, a total of PLN 1, 262.6 million. Contribution in workplaces, on the basis of this data, amounts to 15,519 people employed in hotel facilities and 11,954 in services gastronomic characterized by smaller productivity than workplaces in the hotel facilities. It creates 27,473 workplaces nationwide.

3.3.4 Comparison of meetings and events which were held in the years 2009-2014

Comparison of events which were held in Poland was again drawn up in the Report. The purpose of such comparison for the years 2009-2014 is to show changes, present seasonality and provide the full picture of meeting industry in Poland during five years. The above results, as in the previous year, should be considered carefully because change in the way of collection of data in years 2012-2013 may affect the size of results. However, a fact valuable and worth reporting is that all regional convention bureaus (11 organizations) provided data concerning their cities and regions.

The analysis should show number of meetings with breakdown into years and seasonality. Spring (April, May, June) and Autumn periods (September, October) is the time when the majority of meetings take place. In the years 2009-2010, the majority of meetings was held in September – subsequently 569 and 2184, while in the years 2011-2014 in October (3012, 2434, 2280). Traditionally the least frequently chosen months for the organization of associations meetings are January and February as well as July and August.

Fig. 25 Seasonality of number of meetings and events which took place in Poland in the years 2009-2014

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Tab. 15 Seasonality of number of meetings and events which took

3. Statystyka strukturalna przedsiębiorstw w bazie EUROSTAT i obliczenia własne według rocznego kursu euro 4,18 PLN, 2.03.2015.
3. Companies structural statistics in the EUROSTAT database and own calculations according to the annual exchange rate EURO/PLN 4.18, March 2, 2015

Tab. 15 Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w Polsce w latach 2009 – 2014

place in Poland in the years 2009-2014
Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Miesiące / Months	2009	2010	2011	2012	2013	2014
STYCZEŃ / JANUARY	270	981	1661	1613	1182	1218
LUTY / FEBRUARY	252	1201	1874	1581	1383	1369
MARZEC / MARCH	343	1598	2599	2310	1725	1838
KWIECIEŃ / APRIL	347	1506	2420	2138	1758	1542
MAJ / MAY	334	1908	2865	2169	1847	1964
CZERWIEC / JUNE	351	1825	2673	1651	1515	1764
LIPIEC / JULY	214	885	1336	1187	892	790
SIERPIEŃ / AUGUST	183	884	1291	1153	771	666
WRZESIEŃ / SEPTEMBER	569	2184	2947	2312	2072	1936
PAŹDZIERNIK / OCTOBER	418	2159	3012	2434	2343	2280
LISTOPAD / NOVEMBER	436	1747	2544	2206	1532	1993
GRUDZIEŃ / DECEMBER	283	1122	1838	1546	1080	1460
Razem / Total	4000	18 000	27 060	22 300	18 100	18 820

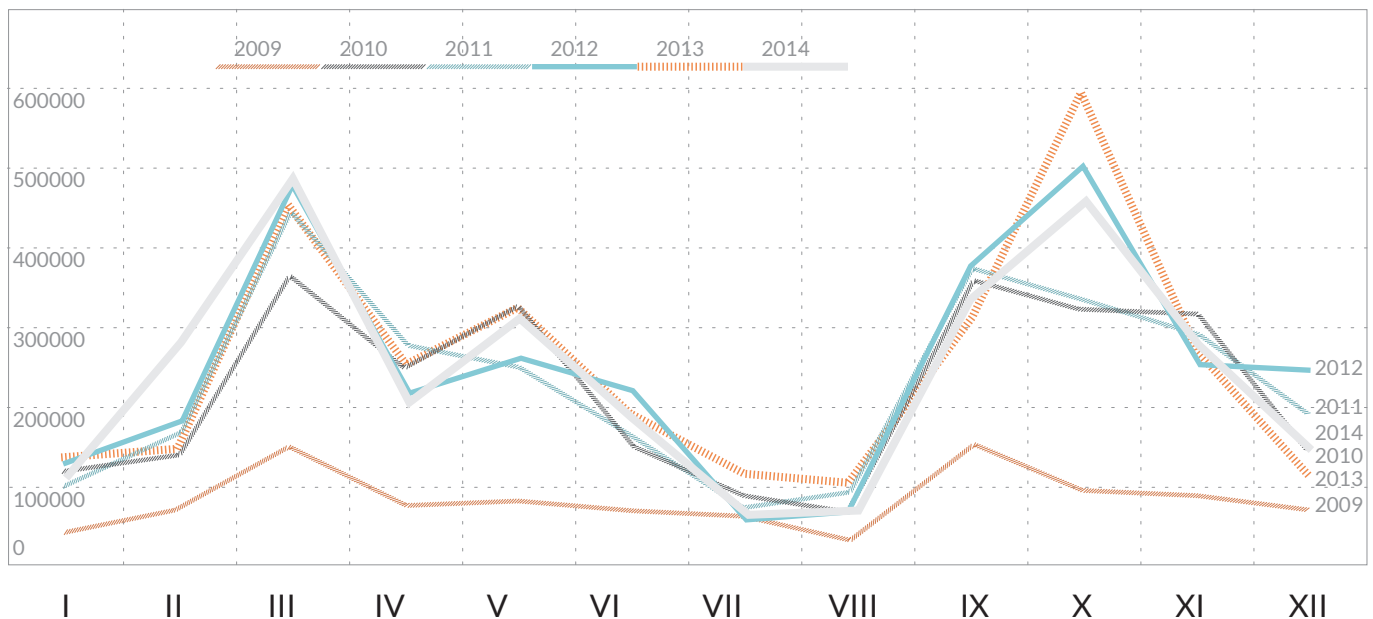
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Podobnie kształtują się dane przedstawiające sezonowość liczby uczestników. W latach 2009 – 2014 miesiące przyciągające największą liczbę uczestników to marzec, wrzesień i październik. W marcu, w poszczególnych latach, w spotkaniach udział wzięła następująca liczba uczestników – 198 947, 492 535, 591 805, 643 955, 611 404, 645 135. Adekwatnie do rys. 26 najmniej osób uczestniczyło w spotkaniach w styczniu, lipcu oraz sierpniu. Warto jednak ponownie zaznaczyć, iż w skali sześciu lat rekordowym miesiącem z punktu widzenia liczby uczestników nadal okazał się październik 2013 r., podczas którego w spotkaniach wzięło udział ponad 792 tysiące uczestników.

Rys. 26 Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach w latach 2009 – 2014

Data which show seasonality of number of participants are shaped similarly. In the years 2009 – 2014 events which attract the greatest number of participants is March, September and October. In March in particular years the following number of participants took part – 198947, 492535, 591805, 643955, 611404, 645135. As presented on fig. 26 the lowest number of participants took part in meetings which were held in January, July and August. However, it should be stressed again that, in six years, the record-breaking month from the point of view of number of participants was October 2013, during which meetings involved more than 792,000 participants.

Fig. 26 Seasonality of number of participants of meetings and events in the years 2009-2014
Source: Own study on the basis of PCB PTO data.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Tab. 16 Seasonality of number of participants of meetings and events in the years 2009-2014

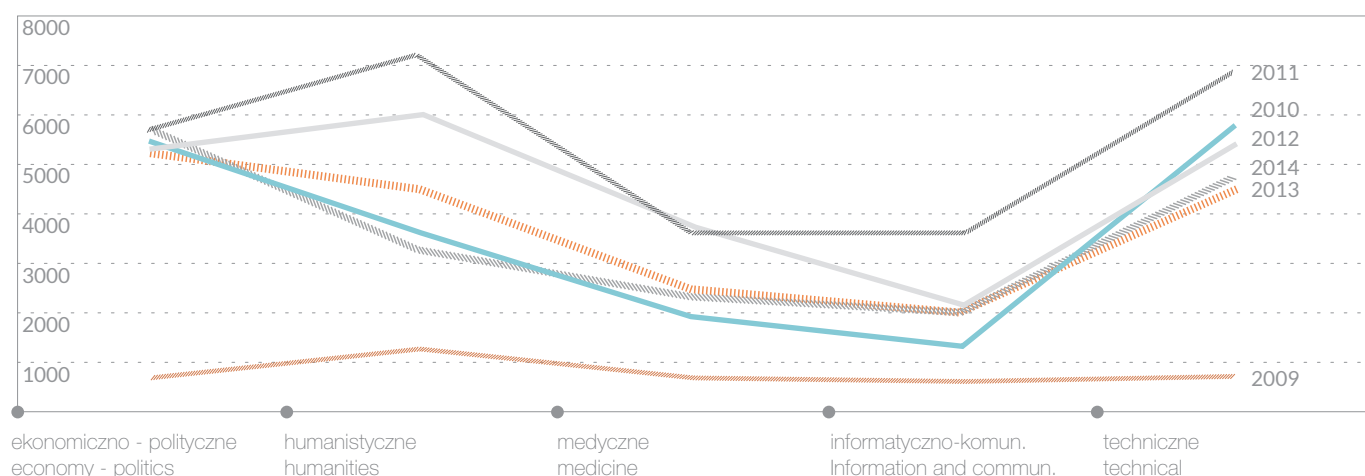
Tab. 16 Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach w latach 2009 – 2014 events in the years 2009-2014

Miesiące / Months	2009	2010	2011	2012	2013	2014
STYCZEŃ / JANUARY	54 369	157 956	132 804	170 178	183 400	145 199
LUTY / FEBRUARY	94 457	184 518	221 860	242 542	196 012	374 657
MARZEC / MARCH	198 947	492 535	591 805	643 955	611 404	645 135
KWIECIEŃ / APRIL	100 778	332 726	363 537	287 908	336 152	275 778
MAJ / MAY	108 607	428 337	335 023	349 181	431 517	411 185
CZERWIEC / JUNE	93 880	199 363	221 955	294 088	255 957	248 816
LIPIEC / JULY	92 866	116 002	97 597	87 802	154 340	83 708
SIERPIEŃ / AUGUST	40 810	96 373	127 045	86 719	135 974	100 670
WRZESIEŃ / SEPTEMBER	199 583	481 455	497 213	491 262	413 567	444 216
PAŹDZIERNIK / OCTOBER	125 680	430 869	448 607	670 581	792 911	610 402
LISTOPAD / NOVEMBER	117 684	426 154	393 441	344 311	361 625	365 890
GRUDZIEŃ / DECEMBER	93 401	196 504	256 329	327 608	150 674	194 346
Razem / Total	1 321 062	3 542 792	3 687 216	3 996 135	4 023 533	3 900 002

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Rys. 27 przedstawia liczbę spotkań i wydarzeń według ich rodzaju. W 2009 roku najczęściej odbyło się spotkań o charakterze humanistycznym – 1251. W 2010 kluczową rolę odegrały wydarzenia ekonomiczno-polityczne (5295) oraz technologiczne (5799). W 2011 i 2012 roku duży wzrost odnotowały ponownie wydarzenia humanistyczne – 7126 i 6023. Natomiast lata 2013 – 2014 to ponowny zwrot w kierunku wydarzeń ekonomiczno-politycznych. Zostało zorganizowanych 5725 oraz 5207 spotkań i wydarzeń.

Rys. 27 Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju w latach 2009 – 2014



Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Fig. 17 presents the number of meetings and events according to their type. In 2009, the vast majority of meetings of humanities character was organised – 1251. In 2010 the key role played economic/political events (5295) as well as technological (5799). In 2011 and 2012 strong growth was recorded among events in the humanities – 7126 and 6023. However, the period 2013-2014 is another shift towards events of economic and political character and 5725 and 5207 organised meetings and events.

Fig. 17 Number of meetings and events according to their type in the years 2009-2014

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Tab. 17 Number of meetings and events according to their type in

Tab. 17 Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju w latach 2009 – 2014

the years 2009-2014
Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Rodzaj spotkania / Meeting type	2009	2010	2011	2012	2013	2014
EKONOMICZNO - POLITYCZNE ECONOMY - POLITICS	667	5395	5608	5181	5725	5207
HUMANISTYCZNE / HUMANITIES	1251	3477	7126	6023	3253	4518
INFORMATYCZNO-KOMUNIKACYJNE INFORMATION AND COMMUNICATION	708	1935	3717	3603	2305	2476
MEDYCZNE / MEDICINE	594	1394	3604	2136	2151	2083
TECHNICZNE / TECHNICAL	780	5799	7005	5357	4666	4536
Razem / Total	4 000	18 000	27 060	22 300	18 100	18 820

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Jeśli chodzi o kategorię wydarzeń korporacyjnych, to po ich dwuletniej dominacji w początkowym okresie, w 2012 r. zorganizowano najwięcej kongresów i konferencji (10 622). Podobna sytuacja miała miejsce w 2013 roku, gdzie na 18 100 spotkań i wydarzeń 9186 scharakteryzowana została jako kongresy i konferencje. Podobnie okazało się w 2014 roku, gdzie na 18 820 spotkań aż 10 318, to kongresy i konferencje. Najmniejszą grupę stanowią co roku targi, natomiast należy pamiętać o fakcie, iż przyciągają najwięcej uczestników.

With regard to the category of corporate events, after its two-year domination in the initial period, in 2012 the vast majority of congresses and conferences were organised (10622). Similar situation took place in 2013 where on 18100 meetings and events, 9186 were characterized as congresses and conferences. Similar situation took place in 2014 where on 18820 meetings as much as 10318 were congresses and conferences. The smallest group is constituted every year by fairs, however, they attract the most participants.

Tab. 18 Liczba spotkań i wydarzeń według kategorii w latach 2009 – 2014

Tab. 18 Number of meetings and events according to their category in the years 2009-2014

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Kategoria / Category	2009	2010	2011	2012	2013	2014
KONGRESY/KONFERENCJE CONGRESSES/CONFERENCES	2127	6420	9873	10 622	9186	10 318
WYDARZENIA KORPORACYJNE CORPORATE EVENTS	1221	9669	10 715	4657	6202	5558
WYDARZENIA MOTYWACYJNE INCENTIVE EVENTS	295	903	4051	5305	2029	2272
TARGI TRADEFAIRS	357	1008	2421	1716	693	672
Razem / Total	4000	18 000	27 060	22 300	18 100	18 820

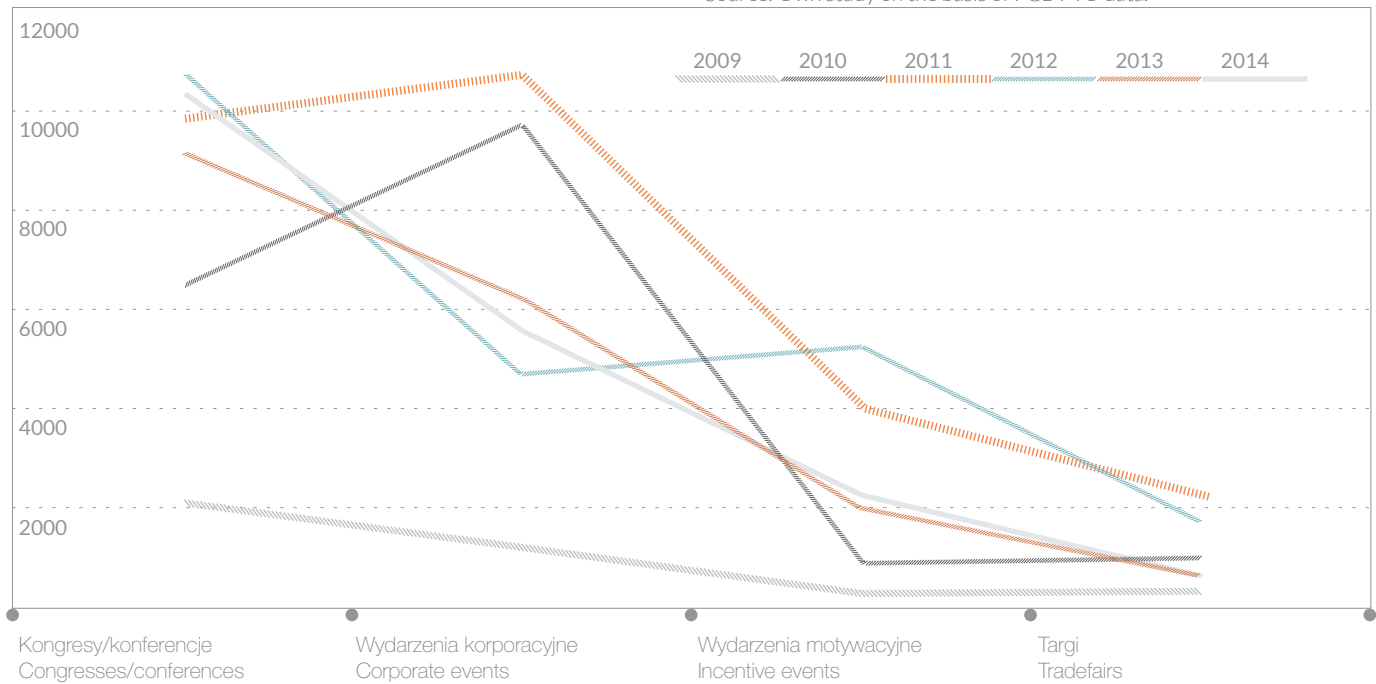
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Fig. 28 Number of meetings and events according category in the

Rys. 28 Liczba spotkań i wydarzeń według kategorii w latach 2009 – 2014

years 2009-2014

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Podsumowując porównanie lat 2009-2014, warto zauważyć, iż wspólne zbieranie informacji procentuje już po raz szósty publikacją zebranych danych z całej Polski. Ponadto na mapie regionów zainteresowanych rozwojem turystyki biznesowej pojawiają się nowe miejscowości, które aktywnie promują swoje walory konferencyjne. Warto zaznaczyć, iż kluczowe ośrodki przesyłają coraz więcej informacji. Aktualny raport składa się również z danych przekazanych przez Warsaw Convention Bureau czyli Warszawa ponownie pojawia się w ujęciu całościowym, co jest bardzo cenne. Pamiętajmy jednak, że są to dane szacunkowe. Ponadto Łódź Convention Bureau, jako prężnie działająca organizacja, dała się zauważyć, promując swoje miasto i ukazując wiele możliwości. Finalnie cieszy fakt, iż zostało reaktywowane Toruń Convention Bureau.

Tradycyjnie już zostały określone szczegóły dotyczące rodzaju, kategorii i liczby uczestników. Ukazano także charakterystykę obiektów, które kierują swoją ofertę do klienta biznesowego. Przygotowane zestawienie jest zaledwie fragmentem ukazującym wielkość polskiego przemysłu spotkań. Natomiast dzięki zachowanej w ostatnich latach ujednoliconej metodyce, możemy rozpocząć profesjonalną analizę tej dziedziny gospodarki. Podsumowanie danych za okres sześciu lat pomimo zmiany metody badawczej, pozwala ukazać tendencje oraz charakter polskiego przemysłu spotkań.

Comparison of the period 2009-2014 and joint collection of information bring advantages in terms of publication of data collected from the entire Poland. What is more, the map of regions which are interested in development of business tourism presents new cities which actively promote its conference qualities. It is worth pointing that key centres send more information. The current Report includes also data which are provided by Warsaw Convention Bureau, placing Warsaw in the comprehensive perspective, which is valuable. But remember that these are estimates. In addition, Łódź Convention Bureau as dynamically operating organization was observed during promotion of the city showing range of possibilities. Finally, the reactivation of Toruń Convention Bureau is good news.

Traditionally, we are able to determine details concerning type, categories and number of participants. We also focus on characteristics of venues, which direct its offer towards business client. Prepared comparison is only a fragment which shows the size of Polish meetings industry. However, as a result of uniform methodology in the recent years we can start professional analysis of this field of economy. The summary of data for the period of six years despite the change of research method makes it possible to show the tendency and character of Polish meetings industry.

Spis planowanych spotkań międzynarodowych stowarzyszeń w Polsce na lata 2015 – 2022

List of planned meetings concerning international associations in Poland in the years 2015 - 2021

04

Tab. 19 Spis planowanych spotkań międzynarodowych stowarzyszeń w Polsce na lata 2015 - 2021 / Tab. 19 List of international association meetings planned in Poland in 2015-2021

Data / Date	Spis planowanych spotkań stowarzyszeń w Polsce od 2015 do 2021 roku / A list of planned international association meetings in Poland from 2015 to 2021	Gdzie / Where	Szacunkowa liczba uczestników / Estimated pax no
17 – 19.04.2015	European Sailing Federation	Warszawa	200
29.03 – 2.04.2015	European Consortium for Political Research	Warszawa	1000
15 – 18.04.2015	5th ESITIS Conference	Lublin	70
17 – 19.04.2015	European Sailing Federation (EUROSAF)	Gdańsk	60
19 – 25.04.2015	21st Euroweek Conference of PRIME Networking	Katowice	230
20 – 24.04.2015	EGEA Eastern Regional Congress 2015	Kraków	100
22 – 23.04.2015	2015 IECEX International Conference	Gdańsk	250
23 – 24.04.2015	18th Annual Conference of the Association of Futures Markets (AFM)	Kraków	100
6 – 9.05.2015	26th SPACE AGM & Conference	Toruń	150
7 – 9.05.2015	International Society on Spinal Orthopaedic and Rehabilitation Treatment (SOSORT)	Katowice	650
8 – 9.05.2015	22nd Meeting of the European Surgical Association (ESA)	Warszawa	125
14 – 16.05.2015	European Multiple Sclerosis Platform (EMSP)	Warszawa	200
14 – 16.05.2015	Internationally United Commercial Agents and Brokers (IUCAB)	Warszawa	450
17 – 21.05.2015	International Feature Conference	Lublin	100
18 – 20.05.2015	7th International Network Optimization Conference	Warszawa	200
18 – 20.05.2015	9th Conference of the European Network for Cinema and Media Studies (NECS)	Łódź	325
19 – 21.05.2015	13th Symposium on Digestive Physiology of Pigs (DPP)	Osiecznica	400
19 – 22.05.2015	European Spas Association (ESPA)	Sopot	500
25 – 27.05.2015	International Seed Federation (ISF)	Kraków	1400
28 – 30.05.2015	European Society of Veterinary Oncology (ESVONC)	Kraków	230
1 – 5.06.2015	9th EURAMET General Assembly	Kraków	60
31.05 – 2.06.2015	European Hospital and Healthcare Federation (HOPE)	Warszawa	300
31.05 – 3.06.2015	ISF World Seed Congress	Warszawa	1800
3 – 6.06.2015	Congress of the European Fat Processors and Renderers Association (EFPRA)	Kraków	280
6 – 9.06.2015	European Association for Heritage Interpretation (Interpret Europe)	Kraków	660
10 – 12.06.2015	International Committee for Animal Recording	Kraków	900
10 – 13.06.2015	16th European Congress on Extracorporeal Circulation Technology (FECECT)	Kraków	470
12 – 14.06.2015	International Life Saving Federation of Europe (ILSE)	Bydgoszcz	530
17 – 20.06.2015	European Academy of Management (EURAM)	Warszawa	1000
18 – 20.06.2015	International Studies Association (ISA)	Kraków	700
21 – 25.06.2015	14th Conference of the International Association of Special Education	Wrocław	400
22 – 25.06.2015	International Federation of Highrise Structures (IFHS)	Kraków	250
22 – 25.06.2015	International Association of Sedimentologists (IAS)	Kraków	500
22 – 26.06.2015	Moving Picture Experts Group (MPEG 112)	Warszawa	350
24 – 26.05.2015	EUCARPIA	Wrocław	250
25 – 27.06.2015	Society for Economic Dynamics (SED)	Warszawa	520

25 – 27.06.2015	3rd KM Conference Knowledge Management	Katowice	70
25 – 28.06.2015	14th International Congress of Pediatric Pulmonology (CIPP)	Kraków	1000
29.06 – 3.07.2015	26th International Conference on Rewriting Techniques and Applications (RTA'15)	Warszawa	85
29.06 – 3.07.2015	14th International Conference on Squeezed States and Uncertainty Relations (ICSSUR)	Gdańsk	160
1 – 4.07.2015	International Centre for Innovation in Education (ICIE)	Kraków	390
6 – 10.07.2015	GIREP-EPEC Conference	Wrocław	140
12 – 17.07.2015	22nd International Colloquium on Magnetic Films and Surfaces (ICMFS)	Kraków	330
1 – 8.08.2015	58th World Congress of Chess Composition	Ostróda	125
2 – 7.08.2015	87th Annual Conference and Economic Course of the International Society for Business Education (SIEC/ISBE)	Kraków	170
23 – 28.08.2015	9th International Congress of Comparative Physiology and Biochemistry (ICCPB)	Kraków	360
21 – 25.08.2015	European Congress on Advanced Materials and Processes (EUROMAT)	Warszawa	1780
23 – 28.08.2015	International Association of Comparative Physiology and Biochemistry (IACPB)	Kraków	500
30.08 – 3.09.2015	European Society for Biomaterials (ESB)	Kraków	600
31.08 – 4.09.2015	European Federation of Animal Science (EAAP)	Warszawa	1100
31.08 – 5.09.2015	International Society for Forensic Genetics	Kraków	500
24 – 26.09.2015	28th Meeting of the European Society of Veterinary Dermatology	Kraków	350
11 – 13.09.2015	European Macrophage and Dendritic Cell Society (EMDS)	Kraków	150
13 – 17.09.2015	International Conference on Theory and Practice of Digital Libraries (TPDL)	Poznań	300
13 – 16.09.2015	20th International Conference on the Commercialization of Micro and Nano Systems	Kraków	300
14 – 19.09.2015	5th International Conference on Collective Motion in Nuclei under Extreme Conditions (COMEX)	Kraków	80
15 – 19.09.2015	Annual Conference of the International Committee for Museums and Collections of Decorative Arts and Design of ICOM (ICDAD)	Kraków	60
15 – 18.09.2015	European Materials Research Society (E-MRS)	Warszawa	200
17 – 18.09.2015	International Association of Sport Kinetics (IASK)	Biała Podlaska	450
21 – 25.09.2015	European Congress on Advanced Materials and Processes (EUROMAT)	Warszawa	1700
22 – 26.09.2015	32nd Conference of the European Association of Zoos and Aquaria (EAZA)	Wrocław	600
23 – 26.09.2015	European Sediment Network (SedNet)	Kraków	200
2 – 5.10.2015	European Peritoneal Dialysis Meeting	Kraków	200
16 – 17.10.2015	European Union of Medical Specialists	Warszawa	80
22 – 24.10.2015	European Venous Forum (EVF)	Kraków	100
16 – 18.10.2015	Montessori Europe Congress	Lublin	450
23 – 26.09.2015	European Architectural Endoscopy Association	Lódź	3000
16 – 19.09.2015	4th International Conference on Advanced Manufacturing Engineering and Technologies (NewTech)	Wrocław	100
18 – 19.05.2015	European Coil Coating Association	Kraków	280
11 – 13.09.2015	European Forum of Sign Language Interpreters AGM and Conference	Warszawa	180
31.08 – 4.09.2015	66th Annual Meeting of the European Association for Animal Production	Warszawa	500
21 – 25.09.2015	44th European Muscle Conference	Warszawa	160
8 – 11.04.2015	8th IEEE International Conference on Intelligent Data Acquisition and Advanced Computing Systems	Warszawa	1300
19 – 21.05.2015	13th Symposium on Digestive Physiology of Pigs	Kluczków	400
2016	International Meeting of Vincentian Youth	Kraków	1500
2016	EUROLOG 2016	Poland	755
2016	16th EUSA General Assembly	Warszawa	120
2016	Pontifical Council for the Laity	Kraków	4000
2016	Federation of International Danube Symposia on Diabetes Mellitus - Central European Diabetes Association	Kraków	350
2016	7th International Conference on Fog, Fog Collection and Dew	Wrocław	350

2016	International Society for Dialogical Science (ISDS)	Lublin	800
2016	European Committee for the Advancement of Thermal Sciences and Heat Transfer (EURO-THERM)	Kraków	700
2016	European Network on Gender and Violence (ENGV)	Warszawa	400
19 – 25.06.2016	23rd Conference of the International Planetarium Society	Warszawa	90
3 – 6.07.2016	17th European Congress on Biotechnology (ECB)	Kraków	1400
3 – 6.07.2016	19th European Conference of the International Pharmacoeconomics and Outcomes Research	Warszawa	70
13 – 16.07.2016	International Society of Political Psychology (ISPP)	Warszawa	500
18 – 25.07.2016	Active - Sobriety, Friendship and Peace	Sromowce Wyżne	80
4 – 7.09.2016	International Association of Environmental Analytical Chemistry (IAEAC)	Gdańsk	450
7 – 10.09.2016	FDI - World Dental Federation	Poznań	12000
22 – 26.09.2016	European Association of Zoos and Aquaria (EAZA)	Wrocław	800
11.2016	International Society for Pharmacoeconomics and Outcomes Research	Warszawa	1500
3 – 8.09.2017	European High Pressure Research Group (EHPRG)	Poznań	200
18 – 22.06.2017	12th Controlled and Modified Atmosphere Research Conference (CAMA)	Warszawa	200
2017	International Mine Water Association Annual Conference	Poland	300
2017	17th International Conference on X-Ray Absorption Fine Structures	Kraków	1000
2017	8th World Congress on Oxidation Catalysis (WCOC)	Kraków	500
2017	International Society for History of Pharmacy (ISHP)	Warszawa	450
2.2018	15th International Winter Road Congress	Gdańsk	1500
15 - 19.07.2018	European Association for Jewish Studies (EAJS)	Kraków	600
2018	33rd Congress of the Federation of the International Danube Symposia on Diabetes Mellitus (FID) and 13 Congress of Central European Diabetes Association	Kraków	250
2018	73rd World Foundry Congress	Poland	2500
2019	23rd European Navigation Conference - Global Navigation Satellite Systems	Poland	450
2020	21st International Workshop on Research and Education in Mechatronics	Gliwice	100
2021	21st AUTEX World Textile Conference	Łódź	300

Wstęp

Organizatorzy kongresów i podróży motywacyjnych rekomendowani przez Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej to wyspecjalizowane organizacje zajmujące się organizacją kongresów, podróży służbowych czy podróży motywacyjnych. W ramach systemu rekomendacji funkcjonuje kilkanaście podmiotów, które spełniły określone wymogi i przekazały dane, na bazie których został stworzony materiał pozwalający na analizę ilościowo-jakościową spotkań zorganizowanych w 2014 roku.

Analiza zebranego materiału ukazuje kierunki rozwoju kluczowych organizatorów spotkań, charakterystykę rynku i tendencje, jakim ulegają stowarzyszenia i korporacje organizujące spotkania i wydarzenia. Ponadto pokazuje aktywność agencji eventowych, organizatorów kongresów oraz firm obsługujących korporacje działające w Polsce.

W 2014 roku rekomendowani organizatorzy kongresów i podróży motywacyjnych zorganizowali w sumie 1948 spotkań i wydarzeń biznesowych, gospodarczych i politycznych. Dane zostały przekazane przez dwadzieścia dwa podmioty, które zgodnie z regulaminem posiadały rekomendację Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej. Szczegółowe analizy były zbierane na podstawie kwestionariusza, który jest również wykorzystywany przez regionalne convention bureaus w Polsce do przygotowania lokalnych badań statystycznych. Głównym celem badania była identyfikacja wielkości organizowanych na terenie Polski w 2014 roku spotkań i wydarzeń przez rekomendowane przez Polską Organizację Turystyczną Poland Convention Bureau podmioty.

Metoda i próba badawcza

Analiza przedstawiona w poniższym opracowaniu 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. Zgodnie z normami UNWTO, w opracowaniach statystycznych są brane pod uwagę spotkania i wydarzenia spełniające takie warunki jak: udział minimum dziesięciu uczestników, czas trwania minimum pół dnia tj. cztery godziny, miejsce (obiekt), w którym odbywa się spotkanie zostało opłacone specjalnie w tym celu.

Badanie zostało skierowane do firm przeprowadzających spotkania i wydarzenia zgodnie z przyjętymi międzynarodowymi wytycznymi, w tym:

- konferencja/ kongres – określa międzynarodowe spotkania stowarzyszeń bez wyraźnego podziału na spotkania rządowe i porządowe,
- wydarzenie korporacyjne – określa wydarzenie firmowe ze szczególnym zwróceniem uwagi na szkolenia, warsztaty, seminaria, konferencje prasowe, premiery produktów,
- wydarzenie motywacyjne, w tym podróże, wyjazdy motywacyjne o charakterze gratyfikacyjnym, uznaniowym,
- targi, który to termin jest dedykowany do dużych wydarzeń o dowolnej tematyce, zazwyczaj odbywających się na terenie obiektów wystawienniczych.

Założenia i cele zostały zweryfikowane na podstawie analizy ilościowo-jakościowej oraz ujęte również w kontekście branżowym z podziałem na spotkania i wydarzenia mieszczące się w następują-

Introduction

Organisers of congresses and incentive travels recommended by Poland Convention Bureau of Polish Tourist Organization constitute specialized organizations involved in holding congresses, business travels or incentive travels. Under recommendation system operate several entities which fulfilled specific requirements and provided data, on the basis of which a material was created which allows analysis of quantitative and qualitative meetings organised in 2014.

The analysis of collected material presents directions of development of key organisers of meetings, market characteristics and tendencies of associations and corporations which organise meetings and events. What is more, it shows the activity of event agencies, organisers of congresses and companies which serve corporations operating in Poland.

In 2014 recommended organisers of congresses and incentive travels organised altogether 1948 business, economic and political meetings and events. The data were submitted by 22 entities, which, according to the Regulations, have Poland Convention Bureau of Polish Tourist Organization recommendations. Detailed analyses were collected on the basis of the questionnaire, which is also used by regional convention bureaus in Poland to prepare local statistical surveys. The primary purpose of the survey was to identify the size of meetings and events which are organised in Poland in 2014 by recommended entities by Poland Tourist Organization Poland Convention Bureau. The survey was addressed to offices and agencies which took part in recommendation programs.

The method and research sample

The analysis presented in the study below is based on standards adopted in the study concerning tourism bound with the meeting entitled “Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry Developing a Tourism Satellite Account Extension”, prepared by World Tourism Organization (UNWTO) and affiliated members. According to UNWTO standards, statistical studies take into account meetings and events which meet such conditions as: participation of minimum 10 members, duration minimum half a day i.e. 4 hours and more, place (venue) in which the meeting is conducted was paid especially for this purpose.

Research was addressed to companies which conduct meetings and events according to adopted international guidelines, including:

- conference/congress - determines international associations meetings without clear division into governmental and non-governmental meetings,
- corporate event - determines company event, with particular focus on trainings, workshops, seminars, press conferences, products premieres,
- incentive event, including travels, incentive trips of profitable and arbitrary character,
- fairs - determines large events of any character which usually take place on the area of fair venues.

Assumptions and goals were verified on the basis of the quantitative-qualitative analysis and included in the context of the branch with breakdown into meetings and events which are contained in the following thematic groups: humanities, technological, IT and

cych grupach tematycznych: humanistyczne, technologiczne, informatyczno-komunikacyjne, ekonomiczno-polityczne oraz medyczne. Poprzez powyższe grupy należy rozumieć następujący charakter:

- humanistyczne – spotkania i wydarzenia związane z kulturą, sztuką, jak, filologia, muzykologia, etyka, filozofia, oraz te związane ze społeczeństwem, jak historia, archeologia, socjologia, psychologia, ekonomia i antropologia;
- techniczne – spotkania i wydarzenia związane z architekturą i urbanistyką, automatyką i robotyką, biocybernetyką, budownictwem, elektroniką, elektrotechniką, geodezją i kartografią, górnictwem, inżynierią, technologią chemiczną, transportem;
- informatyczno-komunikacyjne – spotkania i wydarzenia związane z dyscypliną naukową i techniczną zajmującą się przetwarzaniem informacji, a w tym technologiami przetwarzania informacji, technologiami wytwarzania systemów przetwarzających informacje oraz systemami komunikacji, komunikacją oraz jej pochodnymi;
- ekonomiczno-polityczne spotkania i wydarzenia związane z ekonomią, polityką, finansami, naukami o zarządzaniu, towaroznawstwem;
- medyczne – spotkania i wydarzenia związane z naukami medycznymi w tym: stomatologią, farmacją, zdrowiem publicznym, fizjoterapią, diagnostyką laboratoryjną, technologią medyczną, biologią medyczną, biogerontologią.

Zakres przedmiotowy analizy objął spotkania i wydarzenia, które odbyły się na terenie polskich miejscowości w 2014 roku. Przyjętymi kryteriami analizy spotkań i wydarzeń są:

- liczba uczestników i ich narodowości;
- czas trwania krajowych i międzynarodowych spotkań oraz wydarzeń;
- kategorie i rodzaje spotkań i wydarzeń;

W celu uzyskania informacji na temat wspomnianych zmiennych został przygotowany wzór kwestionariusza. Zbieranie danych do ankiet odbywało się w okresie od 1 do 31 stycznia 2015 roku. Zakres przedmiotowy badania objął firmy, które miały możliwość organizować spotkania i wydarzenia zgodnie z określonymi wytycznymi.

Zakres przedmiotowy analizy objął spotkania i wydarzenia, które odbyły się na terenie Polski. Jednocześnie warto zauważyć, iż analizowane informacje zostały uzyskane od wszystkich rekomendowanych firm, co oznacza, iż stopa zwrotu wynosiła 100%. Próba badawcza pokryła się z listą firm rekomendowanych przez Polską Organizację Turystyczną i składała się z podmiotów zrzeszonych w ramach dwóch programów. Pierwszy z nich określany jest jako program rekomendacji dla profesjonalnych organizatorów kongresów i jest skierowany do firm wyspecjalizowanych w kompleksowej organizacji i obsłudze kongresów w Polsce. Rekomendacje mogą uzyskać podmioty gospodarcze wyspecjalizowane w planowaniu i organizacji kongresów, posiadające odpowiednie doświadczenie organizacyjne, zaplecze techniczne oraz przeszkolony zespół pracowników umożliwiający pełną realizację kongresu własnego lub zleconego dla min. 250 – 500 uczestników.

Drugi program – rekomendacje dla organizatorów podróży motywacyjnych – skierowany jest do firm wyspecjalizowanych w kompleksowej organizacji i obsłudze podróży motywacyjnych (incentive) w Polsce. Rekomendacje mogą uzyskać podmioty gospodarcze wyspecjalizowane w planowaniu i organizacji 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.

Analiza i wyniki badań

Analizując 1948 spotkania i wydarzenia, ustalono, iż najsilniej reprezentowaną kategorią w opracowaniu za rok 2014, okazały się kongresy i konferencje, których odbyło się 1369, co stanowiło 70,28% wszystkich wydarzeń zrealizowanych przez omawianych

communication, economic and political as well as medical. The nature of the above groups should be understood as follows:

- humanities - meetings and events related to culture, art, philology, musicology, ethics, philosophy and these which are associated with society such as history, archaeology, sociology, psychology, economics and anthropology;
- technical - meetings and events related to architecture and urban planning, automation and robotics, bio-cybernetics, construction, electronics, electric engineering, geodesy and cartography, mining, engineering, chemical technology, transport;
- IT and communication - meetings and events related to academic and technical discipline involved in processing of information, including technologies of information processing, technologies of flexible production of information processing as well as communication systems, communication and its derivatives;
- economic and political - meetings and events related to economics, politics, finances, management sciences, food commodities;
- medical - meetings and events related to medical sciences including: stomatology, pharmacy, public health, physiotherapy, laboratory diagnosis, medical technology, medical biology, bio-gerontology.

The subject scope of the analysis included meetings and events which were held in Polish cities in 2014. Assumed criteria of meeting and events analysis include:

- number of participants and their nationalities;
- duration of national and international meetings as well as events;
- categories and types of meetings and events;

In order to obtain information on the abovementioned variables the template of the questionnaire was prepared. Collection of data for surveys took place in the period from 1 to 31 January 2015. The subject scope of research included companies, which had the possibility to organise meetings and events in accordance with the set guidelines.

The subject scope of the analysis included meetings and events which were held in Poland. At the same time, it is worth noticing that analyzed information was obtained from all recommended companies, which means that the rate of return constituted 100%. The research sample coincided with the list of recommended companies by Polish Tourist Organization and included associated entities under two programs. The first is defined as recommendation program for professional organisers of congresses and is directed to companies which specialized in complex organization and service of congresses which were organised in Poland. The recommendation may be obtained by business entities which specialize in planning and organization of congress with appropriate organizational experience, technical facilities and trained team of employees enabling full execution of own congress or ordered for minimum 250 - 500 participants.

The second program - recommendations for organisers of travels is addressed to companies specialized in complex organization and service of incentive travels which were organised in Poland. The recommendation may be obtained by business entities which specialize in planning and organization of incentive travels which were organised in Poland with appropriate organizational experience, technical facilities and trained team of employees enabling full execution of own incentive events for minimum 50 - 100 participants.

Analysis and research results

Thanks to the analysis of 1948 meetings and events, we may conclude that most strongly represented category in the analysis for 2014 were congresses and conferences which amounted to 1369 meetings which constituted 70.28%. (Fig. X) Another group comprised corporate events 276 and 14.17% of total meetings. The

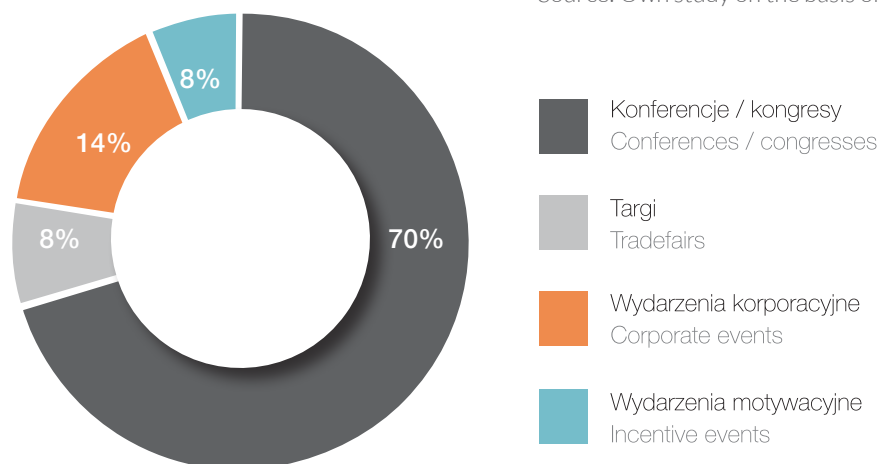
organizatorów. (Tab. 20) Kolejną grupę stanowiły wydarzenia korporacyjne – 276 i 14,17% całości spotkań. Trzecią, co do wielkości, grupę stanowią wydarzenia motywacyjne – 158 (8,11%) oraz targi i wystawy – 145 (7,44%).

Tab. 20 Liczba spotkań i wydarzeń w 2014 roku zorganizowanych przez rekomendowane podmioty

Kategoria / Category	Liczba / Number	%
KONFERENCJE / KONGRESY / CONFERENCES / CONGRESSES	1369	70,28%
TARGI / TRADEFAIRS	145	7,44%
WYDARZENIA KORPORACYJNE / CORPORATE EVENTS	276	14,17%
WYDARZENIA MOTYWACYJNE / INCENTIVE EVENTS	158	8,11%
Razem / Total	1948	100,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Rys. 29 Liczba spotkań i wydarzeń w 2014 roku zorganizowanych przez rekomendowane podmioty według kategorii spotkań



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Poniższy wykres pokazuje podział ze względu na rodzaj, z wyróżnieniem spotkań i wydarzeń o charakterze: ekonomiczno-politycznym, humanistycznym, medycznym, informatyczno-komunikacyjnym oraz technologicznym. Najliczniejszą grupę stanowią spotkania i wydarzenia o charakterze humanistycznym (45,38%). Kolejne to techniczne (28,70%) oraz ekonomiczno-polityczne (14,32%). Natomiast najmniej zostało zorganizowanych spotkań o charakterze medycznym (7,8%) oraz informatyczno-komunikacyjnym (3,8%). (Rys. 30)

third group is constituted by incentive events – 158 (8.11%) as well as fairs and exhibitions – 145 (7.44%).

Tab. 20 Number of meetings and events in 2014 which were organised by recommended entities
Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

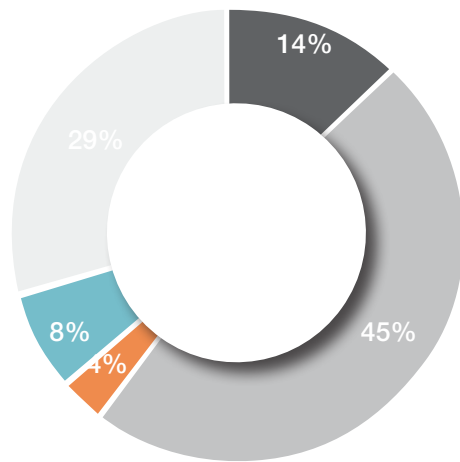
Fig. 29 Number of meetings and events in 2014 which were organised by recommended entities according to their category

Source: Own study on the basis of PCB POT data.

The chart below shows division due to the type, with distinction of meetings and events of: economic and political, humanities, medical, IT and communication and technological character. This group includes meetings and events in the humanities (45.38%). The following are technical (28.70%) as well as economic and political - (14.32%). On the other hand, the least group includes meetings of medical (7.8%) as well as IT and communication character (3.8%). (Fig. 30)

Fig. 30 Number of meetings and events in 2014 which were or-

Rys. 30 Liczba spotkań i wydarzeń w 2014 roku zorganizowanych przez rekomendowane podmioty według rodzaju spotkań



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Kolejnym czynnikiem, który został poddany analizie, był charakter spotkania ze względu na liczbę uczestników. Zgodnie z przyjętymi normami zostały wyróżnione spotkania z podziałem na branże. I tak spotkania o charakterze humanistycznym zgromadziły 32,77% uczestników (460064). Kolejnymi grupami, ze względu na liczbę uczestników okazały się spotkania o charakterze technicznym 27,35% i 383975 uczestników, następnie ekonomiczno-polityczne stanowiące 25,6% i 359 477 uczestników. Podsumowując rodzaje spotkań w układzie według liczby uczestników, najmniejszą grupę stanowiły te o charakterze medycznym 7,78% 109211 uczestników oraz informatyczno-komunikacyjne 6,5% – 91221 uczestników. (Tab. 21)

Tab. 21 Liczba uczestników i spotkań według rodzaju

Rodzaj spotkania / Meeting type	Liczba / Number	%
EKONOMICZNO - POLITYCZNE / ECONOMY - POLITICS	279	14,32%
HUMANISTYCZNE / HUMANITIES	884	45,38%
INFORMATYCZNO-KOMUNIKACYJNE / INFORMATION AND COMMUNICATION	74	3,80%
MEDYCZNE / MEDICINE	152	7,80%
TECHNICZNE / TECHNICAL	559	28,70%
Razem / Total	1948	100,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Elementem, na który warto zwrócić uwagę przy analizie jakościowej, jest również sezonowość. Sezon turystyczny w Polsce to okres, który w dużych miastach skupia się w miesiącach od maja do września, a w kurortach ogranicza się do lata (lipiec-sierpień) i zimy (styczeń-luty).

Przemysł spotkań i spotkania z nim związane różnią się jednak grupą docelową, a także sezonowością. Miesiące, w których natężenie indywidualnego ruchu turystycznego jest mniejsze, to okres, w którym odbywają się liczne spotkania biznesowe, polityczne i gospodarcze.

W przypadku przeprowadzonej analizy, to wrzesień (288) i marzec (254) okazały się miesiącami, podczas których rekomendowane podmioty zorganizowały najwięcej spotkań i wydarzeń w Polsce. Najrzadziej wybieranym miesiącem okazał się już tradycyjnie miesiąc letni – tym razem lipiec (31). (Rys. 31)

ganised by recommended entities according to their type

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.



The next factor which was analyzed was the character of the meeting owing to number of participants. Meetings with breakdown into branches were divided according to adopted standards. Meetings in the humanities gathered 32.77% of participants (460064). Further groups, due to number of participants included meeting of technical character 27.35% and 383975 participants, then economic and political which constituted 25.6% and 359477 participants. To summarize types of meetings according to number of participants the smallest group comprised those of medical character 7.78% - 109211 participants and IT and communication 6.5% - 91221 participants. (Tab. 21)

Tab. 21 Number of participants and meetings according to their type

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

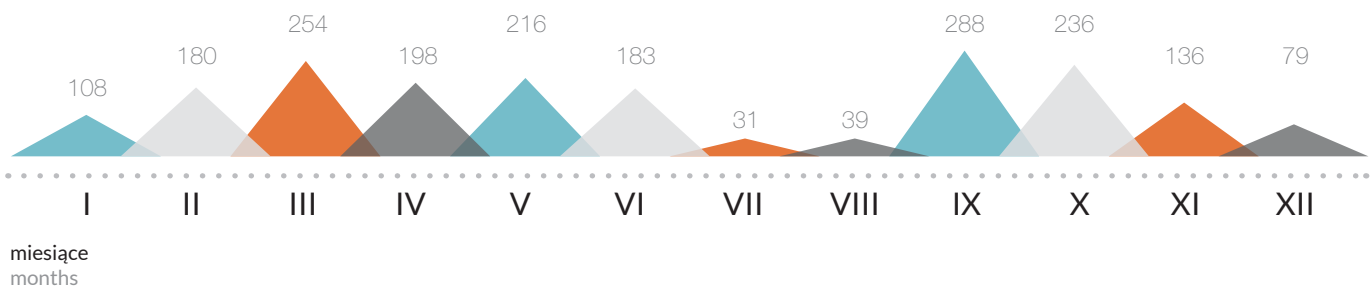
Seasonality is one of the elements worth noting during qualitative analysis. Tourist season in Poland is the period, which in large cities focuses in months from May to September and in health resorts is limited to summer (July - August) and winter (January - February).

Meetings industry and associated meetings differ, however, with regard to the target group and seasonality. The months in which intensity of the individual tourist traffic is smaller is the period of intensive development of numerous businesses, political and economic meetings.

In the case of conducted analysis, September (288) and March (254) were months, during which recommended entities organised the vast majority of meetings and events in Poland. The least frequently chosen month traditionally was the summer month - this time, it was July (31). (Fig. 31)

Fig. 31 Seasonality of number of meetings and events which were

Rys. 31 Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń zorganizowanych przez rekomendowane podmioty w 2014 roku.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Konkluzje

Tegoroczne zestawienie ukazuje materiał zebrany od 22 podmiotów (podobnie jak w 2013 roku), które posiadają rekomendację Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej. Firmy zrzeszone w programie to kluczowe podmioty zajmujące się na polskim rynku zarządzaniem i organizacją wydarzeń biznesowych. Warszawa, Kraków, Gdańsk, Katowice czy Wrocław to tylko wybrane miasta, w których działają podmioty zajmujące się koordynacją konferencji.

Kongresy, konferencje czy wydarzenia korporacyjne przygotowane przez rekomendowanych organizatorów to bardzo często wydarzenia koordynowane w całości. Od momentu pozyskania klienta po realizację, biorąc pod uwagę ich specyfikę i dynamikę.

Firmy, które ponownie uzyskały rekomendacje Poland Convention Bureau, przedstawiły historię swojej działalności w latach 2012 – 2014 i rekomendacje zagranicznych partnerów, ukazując swoje możliwości oraz niejednokrotnie innowacyjność.

Powyższa analiza jest kolejną próbą scharakteryzowania rynku spotkań i wydarzeń organizowanych przez rekomendowane przez Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej firmy. Dane podsumowujące rok 2014 dotyczą 1948 spotkań i wydarzeń, z czego ponad 70,28% to kongresy i konferencje. Pokazuje to znaczący wzrost w porównaniu do roku 2013, kiedy taka sama liczba firm zorganizowała 1460 spotkań i wydarzeń.

45,38% wszystkich spotkań stanowiły te określane jako branża humanistyczna czyli takie, które były związane z kulturą, sztuką, jak, filologia, muzykologia, etyka, filozofia, oraz te związane ze społeczeństwem, jak historia, archeologia, socjologia, psychologia, ekonomia i antropologia.

Przemysł spotkań to przede wszystkim spotkania różnych grup zainteresowań w ściśle określonym celu, co oznacza, że najważniejsi są ludzie, którzy udają się w podróż. W 2014 roku w 1948 spotkaniach i wydarzeniach, które zostały zorganizowane przez rekomendowanych organizatorów, wzięło w sumie udział 1 403 948 uczestników, co ukazuje ponad 100% wzrostu w porównaniu z rokiem 2013 – 715 355

Podsumowując przeprowadzone badanie, warto zaznaczyć, iż system rekomendacji prowadzony przez Polską Organizację Turystyczną skupia rok rocznie ponad dwadzieścia kluczowych firm działających na rynku spotkań w Polsce.

Analiza ilościowo-jakościowa charakteryzuje fragment rynku i ukazuje tendencje dla podmiotów zainteresowanych pozyskiwaniem konferencji czy podróży motywacyjnych. Może być również cennym zasobem informacyjnym do tworzenia analiz marketingowych oraz stanowić podstawy do prowadzenia analizy ekonomicznej polskiego rynku spotkań. Przedstawione zestawienie ukazuje obraz rynku spotkań w roku 2014.

Zapoczątkowana analiza ukazująca roczne zestawienia za lata 2009 – 2013 została wzbogacona o kolejny rok. Poniższy wykres ukazuje zależności, jakie wynikają z liczby podmiotów oraz liczby organizowanych spotkań. Warto jednak zaznaczyć, iż wartości te dotyczą jedynie grupy firm zaangażowanych w system rekomendacji. (Rys. 32)

organised by recommended entities in 2014.

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Conclusion

This year's comparison presents material which was collected from 22 entities (as in 2013) which have Poland Convention Bureau of Polish Tourist Organization recommendations. Associated companies in the program are key entities which are involved on the Polish market in management and organization of business events. Warsaw, Kraków, Gdańsk, Katowice or Wrocław are only selected cities with operating entities involved in coordination of conferences. They pay attention to selection of best venues and also participants' needs, budget and character of the event.

Congresses, conferences or corporate events prepared by recommended organisers are very often events which are entirely coordinated. From the acquisition of clients to completion, taking into account their special character and dynamics.

Companies which obtained Poland Convention Bureau recommendations presented a history of their activities in the years 2012-2014 and recommendations of foreign partners showing its possibilities and innovations.

The above analysis constitutes yet another attempt to characterize the market of meetings and events organised by recommended entities by Poland Convention Bureau of Polish Tourist Organization. Data which summarize the year 2014 are related to 1948 meetings and events more than 70,28% of which constitute congresses and conferences. This shows significant growth as compared to 2013 when the same number of companies organised 1460 meetings and events.

45.38% of all meetings were those defined as humanist, namely those which were related to art, philology, musicology, ethics, philosophy and these which are associated with society such as history, archaeology, sociology, psychology, economics and anthropology;

Meetings industry covers, above all, meetings which involve different interests groups in strictly specified purpose, which means that the most important are people who go on a journey. In 2014 in 1948 meetings and events, which were organised by recommended organisers, participated 1403948 participants, which presents more than 100% growth as compared to 2013 - 715,355 participants.

To summarize conducted research it is worth pointing out that the recommendation system conducted by Polish Tourist Organization gathers, every year, more than 20 key companies which operate on the meetings market in Poland.

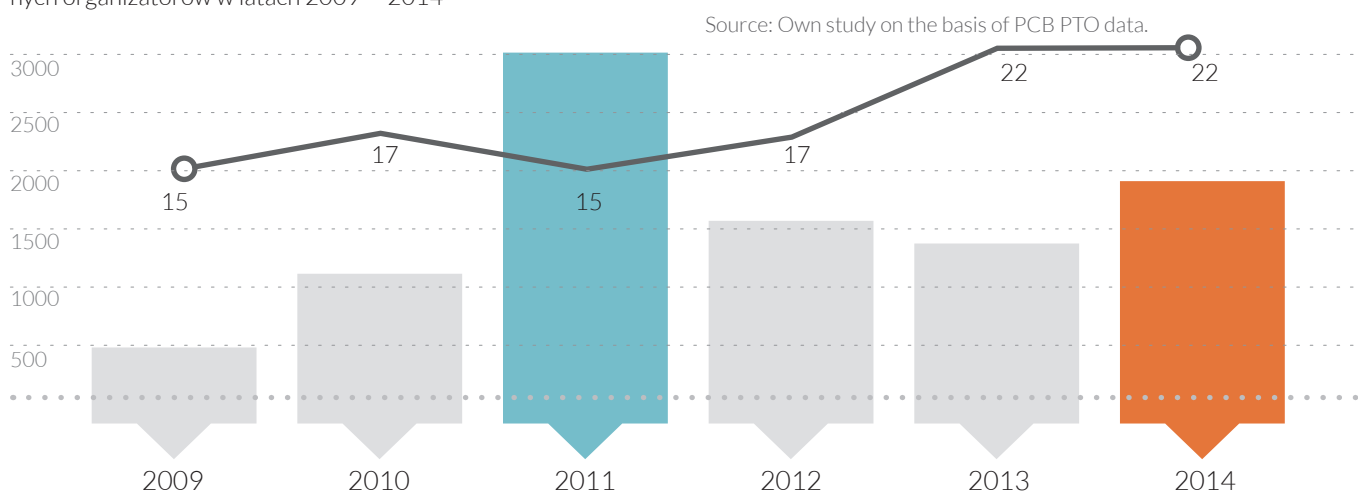
Quantitative and qualitative analysis characterizes the part of the market and presents the tendency for entities which are interested in acquisition of conferences or incentive travels. It may also be a valuable source of information to create marketing analyses and constitute the basis for economic analysis of Polish meetings market. Presented comparison shows the image for 2014.

Initiated analysis which shows annual comparison for the period 2009-2013 was enriched with subsequent year. The chart below presents dependencies which result from number of entities and number of organised meetings. It is worth highlighting that these values relate only to the group of companies which are involved in the recommendation system. (Fig. X)

Fig. 23 Number of meetings which are organised by recommend-

Rys. 32 Liczba spotkań zorganizowanych przez rekomendowanych organizatorów w latach 2009 – 2014

ed organisers in the years 2009-2014



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

W skali ostatnich sześciu lat rok 2011 był okresem, w którym została zorganizowana największa liczba spotkań (3001). Co ciekawe dane dotyczące tych spotkań zaprezentowało tylko 15 firm. W przeciągu ostatnich lat liczba rekomendacji wzrosła o ponad 32%, warto zaznaczyć, iż firmy posiadające podwójne rekomendacje brane są pod uwagę tylko raz. Istotne jest natomiast zaznaczenie, iż przy tej samej liczbie podmiotów rekomendowanych (22 firmy) liczba spotkań wzrosła o ponad 500, a liczba uczestników – co jest kluczowe – o ponad 100%. (Tab. 22)

In the past 5 years, the year 2011 was a period in which the largest number of meetings took place (3001). What is interesting, data concerning these meetings were provided only by 15 companies. In the last year number of recommendations increased by more than 32%, it is worth noticing that companies which have double recommendations are taken into account only once. It is important to mark that at the same number of recommended entities (22 companies) number of meetings increased by more than 500 and number of participants – which is crucial – by more than 100%. (Tab. 22)

Tab. 22 Liczba spotkań zorganizowanych przez rekomendowanych organizatorów w latach 2009 – 2014

Tab. 22 Number of meetings which are organised by recommended organisers in the years 2009-2014

Source: Own study on the basis of PCB PTO data.

Rok / Year	Liczba spotkań / Number of meetings	Liczba rekomendowanych / Number of recommended entities
2009	600	15
2010	1193	17
2011	3001	15
2012	1638	17
2013	1460	22
2014	1948	22

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Contemporary meetings industry has a global dimension, since it is

Znaczenie przemysłu spotkań w kształtowaniu pozycji konkurencyjnej światowych i polskich miast

The importance of the meetings industry in shaping the competitive position of world and Polish cities

06

dr Piotr Zmyślony

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Wydział Gospodarki Międzynarodowej
Katedra Turystyki

Poznan University of Economics
Faculty of International Business and Economics
Department of Tourism

Współczesny przemysł spotkań ma wymiar globalny, jest bowiem odzwierciedleniem charakteru współczesnego świata, w którym kluczem do sukcesu jest osiągnięcie przewagi konkurencyjnej w wymiarze międzynarodowym. Spotkania organizowane są przede wszystkim w wielkich metropoliach, które są węzłami przepływu globalnego kapitału oraz centrami finansów, wiedzy, nauki i edukacji, usług biznesowych, innowacji, kultury, rozrywki oraz konsumpcji. Potencjał, jaki tworzą wymienione sfery, współgra na ogół z ponadprzeciętną atrakcyjnością turystyczną miast i znanym na świecie wizerunkiem.

Międzynarodowe metropolie są generatorami popytu na spotkania i jednocześnie miejscami ich organizacji. Dynamika wzrostu przemysłu spotkań sprawia, że uznawany jest on już nie tylko jako miara pozycji konkurencyjnej miast, ale jako czynnik ich konkurencyjności. Doszło do sprężenia zwrotnego – wielkość rynku spotkań zależy od potencjału biznesowego i turystycznego miast, ale równocześnie konkurencyjność miast zależy od wielkości przemysłu spotkań, liczonego ilością i rangą wydarzeń w nich zorganizowanych.

Na bazie analizy kilkudziesięciu złożonych i jednowskaźnikowych rankingów ogólnej konkurencyjności oraz atrakcyjności turystycznej metropolii międzynarodowych, metodą rangowania określono udział przemysłu spotkań w budowaniu pozycji konkurencyjnej poszczególnych miast, wykorzystując dwie zmienne: liczbę spotkań międzynarodowych według International Congress & Convention Association oraz Union of International Associations. W ten sposób wyodrębniono następujące grupy miast:

- Miasta globalne – Paryż, Londyn, Tokio, Singapur i Seul – w których siła przemysłu spotkań jest umiarkowana (16-32%) i stanowi efekt najwyższej konkurencyjności gospodarczej i turystycznej, odzwierciedlonej w czołowych pozycjach rankingowych;
- Potencjał przemysłu spotkań – Madryt i Barcelona (udział na poziomie 40%) oraz Wiedeń, Genewa i Kopenhaga (60-65%) – czyli miasta budujące pozycję konkurencyjną w oparciu o spotkania międzynarodowe, a przez to osiągające bardzo wysokie miejsca w rankingach turystycznych i relatywnie niższe w rankingach ogólnych;
- Miasta wykorzystujące przemysł spotkań do podniesienia swojej pozycji konkurencyjnej zarówno w sferze gospodarczej, jak i turystycznej – Berlin, Bruksela, Pekin, Sztokholm (30-50%) obecnie znajdujące się w drugiej i trzeciej dziesiątce międzynarodowych metropolii, oraz Budapeszt, Helsinki, Lizbona i Praga (powyżej 50%), zajmujące lokaty w okolicach czwartej i piątej dziesiątki;
- Metropolie turystyczne budujące swoje wysokie pozycje w rankingach turystycznych (druga dziesiątka) z umiarkowanym wykorzystaniem przemysłu spotkań, jak Amsterdam i Sydney (18%) lub z jego śladowym udziałem, jak Bangkok, Istambuł, Kuala Lumpur, Kyoto i Rzym (1%).

Analogicznie do miast światowych można próbować określić potencjał rynku spotkań w budowaniu międzynarodowej pozycji konkurencyjnej największych miast polskich. Przenoszenie konkurencyjności na szczebel międzynarodowy jest uznawane jako zaawansowany etap rozwoju miasta oraz umocnienie swojej pozycji wobec krajowych konkurentów.

a reflection of the nature of the modern world, in which the key to success is achieving competitive advantage in the international dimension. Meetings are organised mainly in big metropolises, which are the hubs of the global capital flow and the centres of finance, knowledge, science and education, business services, innovation, culture, entertainment and consumption. Potential created by these spheres usually matches the above average tourist attractiveness of the cities and the world-famous image.

International metropolises are the generators of demand for meetings and at the same time places of their organization. Due to the dynamics of growth of the meetings industry, it is recognized not only as the measure of the competitive position of cities, but as a factor of their competitiveness. A feedback has occurred – the size of the meetings market depends on the business and tourist potential of cities, but at the same time competitiveness of cities depends on the size of the meetings industry, calculated with the number and the rank of the events organised in them.

Based on the analysis of a few dozen complex and single-index rankings of the overall competitiveness and tourist attractiveness of international metropolises, the share of the meetings industry in building the competitive position of individual cities was determined using the ranking method, taking two variables: the number of international meetings according to the International Congress & Convention Association, and the Union of International Associations. This way, the following groups of cities were isolated:

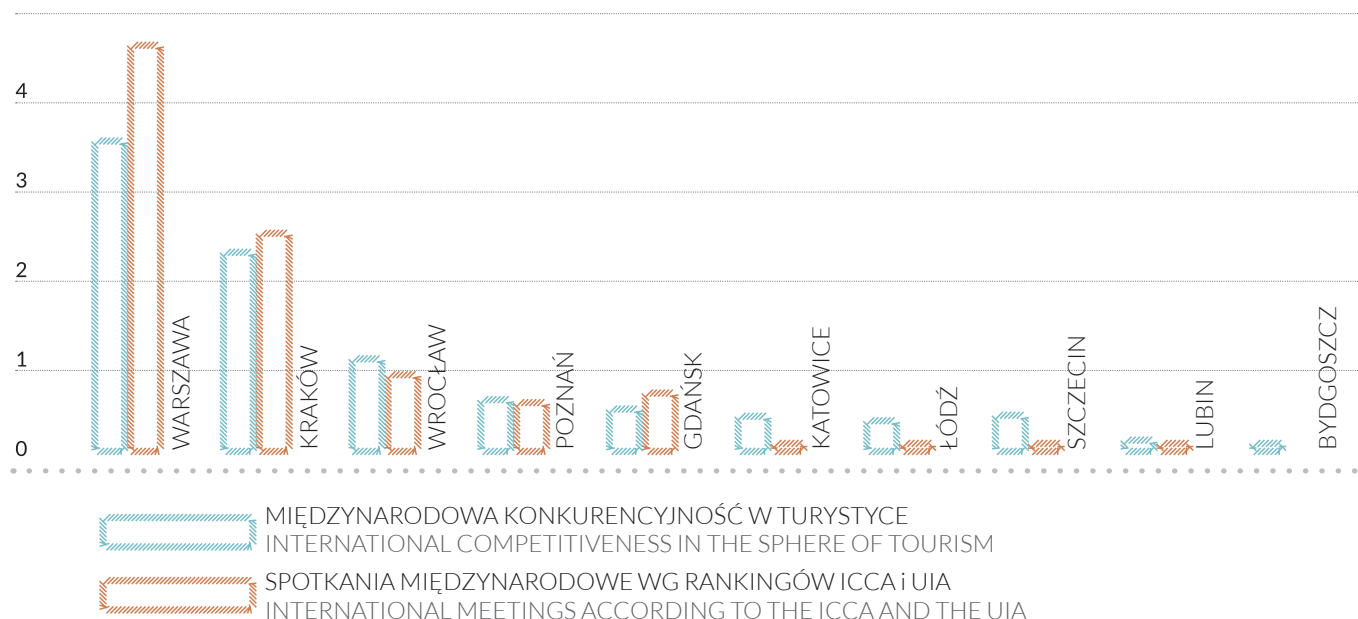
- Global cities – Paris, London, Tokyo, Singapore and Seoul – where the power of the meetings industry is moderate (16-32%) and is the result of the highest economic and tourist competitiveness, as reflected in the top ranking positions;
- Meetings industry giants – Madrid and Barcelona (share at the level of 40%) and Vienna, Geneva and Copenhagen (60-65%) – i.e. the cities building the competitive position on the basis of international meetings, thereby reaching very high positions in tourist rankings and relatively lower in general rankings;
- The cities using the meetings industry to improve their competitive position in both the economic and tourist sphere – Berlin, Brussels, Beijing, Stockholm (30-50%), currently, are among the second and third top ten international metropolises, and Budapest, Helsinki, Lisbon and Prague (above 50%), taking the positions around the fourth and fifth ten;
- Tourist metropolises building their high positions in tourist rankings (the second ten) with a moderate use of the meetings industry, such as Amsterdam and Sydney (18%), or with its minute participation, as Bangkok, Istanbul, Kuala Lumpur, Kyoto and Rome (1%).

Similarly to the world cities, one can try to determine the market potential of the meetings industry in building the international competitive position of the largest Polish cities. Moving competitiveness to the international level is recognized as an advanced stage of development of a city and strengthening of its position in relation to domestic competitors.

Based on the indicator method, rather than the analysis of rank-

W oparciu o metodę wskaźnikową, a nie analizę rankingów, zmierzono międzynarodową konkurencyjność turystyczną dziesięciu największych miast Polski, liczących ponad 300 tys. mieszkańców, a więc będących realnymi lub potencjalnymi metropoliami. Z uwagi na brak wiarygodnych mierników międzynarodowego potencjału gospodarczego dla szeregu miast zbadano udział przemysłu spotkań tylko w budowaniu międzynarodowej konkurencyjności w sferze turystyki. Wykorzystano do tego znormalizowane wskaźniki dotyczące m.in.: liczby turystów zagranicznych i udzielonych im noclegów, zagranicznych pasażerów i połączeń lotniczych, spotkań międzynarodowych według ICCA i UIA czy przedsiębiorstw o zagranicznej formie własności.

Rys. 33 Międzynarodowa konkurencyjność w turystyce



ings, the tourist international competitiveness of 10 largest Polish cities, with more than 300 thousand residents, and thus being real or potential metropolises, was measured. Due to the lack of reliable measures of international economic potential for the urban level, the share of the meetings industry was examined only in building international competitiveness in the sphere of tourism. The standardized indicators used for this purpose are related, among others, to the number of foreign tourists and accommodation provided to them, international passengers and plane connections, international meetings according to the ICCA and the UIA, and companies with foreign ownership form.

Fig. 33 International competitiveness in sphere of tourism

Najwyższy poziom międzynarodowej konkurencyjności w sferze turystyki (niebieskie słupki na wykresie) osiąga Warszawa (wartość wskaźnika przewyższa 2,5-krotnie średnią badanych miast), drugą pozycję zajmuje Kraków z poziomem wskaźnika wyższym od średniej o 130%. Relatywnie średnią konkurencyjnością charakteryzuje się Wrocław, natomiast konkurencyjność pięciu kolejnych miast waha się w granicach 50% średniego poziomu. Lublin i Bydgoszcz notują relatywnie najniższy poziom konkurencji.

Analizując wykres, można stwierdzić, że w trzech miastach – Warszawie, Krakowie i Gdańsku – przemysł spotkań przyczynił się do poprawy pozycji konkurencyjnej na międzynarodowym rynku turystycznym. Obrazuje to różnica między ogólnym wskaźnikiem konkurencyjności w sferze turystyki a znormalizowanym wskaźnikiem konkurencyjności przemysłu spotkań (czerwone słupki na wykresie). W przypadku Poznania konkurencyjność rynku spotkań była równoważna ogólnej konkurencyjności turystycznej. Natomiast w pozostałych miastach bardzo niska liczba lub nawet brak międzynarodowych spotkań były przyczyną obniżenia ogólnego poziomu międzynarodowej konkurencyjności turystycznej. Odrębny przypadek stanowi Wrocław, w którym wskaźnik umiędzynarodowienia przemysłu spotkań, mimo relatywnie wysokiego poziomu, nie odzwierciedlał w pełni pozycji konkurencyjnej miasta na międzynarodowym rynku turystycznym.⁴

Warsaw reaches the highest level of international competitiveness in the tourist sphere (blue columns on the chart; the index value exceeds 2.5 times the average of the examined cities), the second position is occupied by Krakow, with the level of index higher by 130% from the average. Wrocław is characterized by a relatively average competitiveness, whereas the competitiveness of the next five cities is hovering at 50% of the average level. Lublin and Bydgoszcz record relatively lowest level of competition.

While analysing the chart it can be concluded that in three cities – Warsaw, Krakow and Gdańsk – the meetings industry has contributed to the improvement in the competitive position in the international tourist market. This is illustrated by the difference between the general competitiveness index in the tourist sphere and the normalized competitiveness index of the meetings industry (red columns on the chart). In case of Poznań, competitiveness of the meetings market was equivalent to the overall tourist competitiveness. However, in the remaining cities, the very small number or even the lack of international meetings was the cause of reduction in the general level of international tourist competitiveness. Wrocław is a separate case, in which the index of internationalization of the meetings industry, despite a relatively high level, does not fully reflect the city's competitive position in the international tourist market.⁴

“Poland Meetings and Events Industry Report 2015” is prepared

4. Więcej informacji na temat wykorzystywanych metod badawczych: www.turystykawmieście.org
4. For more information on the research methods used: www.turystykawmieście.org

„Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry 2015” to raport opracowany już po raz szósty przez Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej. Współpraca z wszystkimi regionalnymi biurami marketingu miejsc (jedenaście regionów), rekomendowanymi organizatorami kongresów oraz podróży motywacyjnych, obiektami oraz uczelniami wyższymi umożliwiła zebranie danych z piętnastu województw, kilkudziesięciu obiektów i dała szansę dokonania analizy 18820 spotkań i wydarzeń.

Tegoroczny raport zawiera oprócz tradycyjnej analizy ilościowo-jakościowej spotkań oraz analizy ekonomicznej kolejne nowości, w tym m.in. materiał dotyczący znaczenia przemysłu spotkań w kształtowaniu pozycji konkurencyjnej światowych i polskich miast, pogłębioną analizę profilu uczestnika spotkań biznesowych oraz podsumowanie danych dotyczących spotkań zorganizowanych przez organizatorów kongresów i podróży motywacyjnych rekomendowanych przez Polską Organizację Turystyczną.

Dane dotyczące profilu uczestnika po raz pierwszy są tak dokładne. Ogółem uzyskano 1114 ankiet od uczestników targów i od uczestników kongresów i konferencji. Analizę zachowań uczestników przeprowadzono oddzielnie dla uczestników targów (872 ankiety) i kongresów (242 ankiety).

Przeciętny czas trwania kongresów, w trakcie których przeprowadzono badania, wyniósł 2,98 dnia, a przeciętny czas pobytu uczestnika to 4,07 dnia (+/- 6%). Oznacza to, że część uczestników przebywała w miejscu kongresu dłużej niż czas jego trwania. Oszacowana przeciętna liczba noclegów w bazie noclegowej to 2,79 (+/- 9,7%). Przeciętny dzienny wydatek na noclegi wyniósł 744,57 PLN (+/- 11,3). Jeśli chodzi o wydatki na usługi gastronomiczne to 130,42 PLN (+/- 23%), a na wydatki kulturalno-rekreacyjne 18,67 PLN (+/- 42%).

Jeśli chodzi o przeciętny czas trwania targów, w trakcie których przeprowadzono badania, to wyniósł 3,15 dnia, a oszacowany czas poświęcony na udział w targach przez ich uczestników to 3,22 dnia (+/- 3%). Przeciętna liczba noclegów związana z udziałem w targach to 1,87 (+/- 5,6%). Natomiast przeciętny dzienny wydatek na noclegi oszacowany w odniesieniu do uczestników targów to 528,1 PLN (+/- 7,8%). Zebrane dane pozwalają na stosunkowo precyzyjne oszacowanie także dziennych wydatków na usługi gastronomiczne 159,95 PLN (+/- 13,4%) i na usługi kulturalno-rekreacyjne 9,46 PLN (+/- 33,5%).

Zebrane dane umożliwiają jedynie częściową ocenę wkładu przemysłu spotkań w gospodarkę. Możliwa jest ocena wielkości sprzedaży usług noclegowych i gastronomicznych zakupionych przez uczestników wydarzeń oraz wydatków na usługi kulturalno-rekreacyjnym. Na podstawie danych Poland Convention Bureau wielkości te wyniosły odpowiednio:

- sprzedaż noclegów – 2302,8 mln PLN
- sprzedaż usług gastronomicznych – 484,7 mln PLN
- sprzedaż usług kulturalno-rekreacyjnych – 54,7 mln PLN.

for the 6th time by the Poland Convention Bureau of the Polish Tourist Organization. Cooperation with all regional convention bureaus (eleven regions), recommended organizers of congresses and incentive travel, facilities and universities, enabled collecting data from fifteen voivodeships, a few dozen facilities and gave an opportunity to make an analysis of 18820 meetings and events.

This year's report, apart from traditional quantitative-qualitative and economic analyses, contains further novelties, including, among others material concerning the importance of the meetings industry in shaping a competitive position of world and Polish cities, a deepened analysis of the profile of a business meeting participant and a summary of data concerning meetings organized by the organizers of congresses and incentive travel recommended by the Polish Tourist Organisation.

Participant profile data are so accurate for the first time. A total of 1114 questionnaires from the participants of fairs, congresses and conferences were obtained. An analysis of participant behaviour was conducted separately for the participants of fairs (872 surveys) and congresses (242 surveys).

Average duration of congresses during which tests were conducted was 2.98 days and average stay of participants, 4.07 days (+/- 6%). It means part of participants stayed at the place of a congress longer than it lasted. The estimated average number of nights in the accommodation base is 2.79 (+/- 9.7%). The average daily cost of accommodation amounted to 744.57 PLN (+/- 11.3). As regards expenses for restaurant services, they were 130.42 PLN (+/- 23%), and culture-leisure expenses, 18.67 PLN (+/- 42%).

As far as the average duration of fairs when the survey was conducted, it amounted to 3.15 days, and the estimated time spent on participation in fairs by their participants was 3.22 days (+/- 3%). The average number of nights related to the participation in fairs was 1.87 (+/- 5,6%). On the other hand, the average daily cost of accommodation estimated relative to the participants of fairs was 528.1 PLN (+/- 7.8%). The collected data also enable a relatively precise estimate of daily expenses for restaurant services, 159.95 PLN (+/- 13.4%) and for culture-leisure services, 9.46 PLN (+/- 33.5%).

The collected data enable only a partial evaluation of the meetings industry's contribution to economy. It is possible to assess the volume of sales of accommodation and gastronomic services purchased by the participants of events and expenses for culture-leisure services. Based on data of the Poland Convention Bureau, the figures amounted to:

- accommodation sales – 2 302.8 million PLN
- gastronomic service sales – 484.7 million PLN
- culture-leisure sales – 54.7 million PLN.

The available data on the global production in section I relate to

Dostępne dane na temat produkcji globalnej w sekcji I dotyczą 2012 r., kiedy wyniosła 34 388 mln PLN⁵, a więc oszacowany wkład przemysłu spotkań w produkcję tej sekcji to 8,1%, przy czym na same noclegi 6,7%. Jest to zatem istotny wkład w działalność tej branży w Polsce, zwłaszcza jeśli pamiętać, że w oszacowaniu nie uwzględniono w pełni sprzedaży na rzecz przemysłu spotkań. Warto również dodać, że oszacowana kwota sprzedaży usług noclegowych, gastronomicznych i kulturalno-rekreacyjnych (2842,2 mln PLN) zasilila lokalne gospodarki miejscowości, które gościły wydarzenia i spotkania.

Na podstawie bardziej szczegółowych danych dotyczących udziału wartości dodanej w sekcji I w 2012 r., które są dostępne w bazie Eurostat, można obliczyć wkład sprzedaży usług hotelarskich i gastronomicznych w tworzenie wartości dodanej i tworzenie miejsc pracy⁶. **Oszacowany na podstawie tych danych wkład przemysłu spotkań w gospodarke kraju to 1121,1 mln PLN wartości dodanej wytworzonej w bazie hotelowej i 141,5 mln PLN w działalności gastronomicznej, czyli ogółem 1262,6 mln PLN. Wkład w tworzenie miejsc pracy to 15 519 pracujących w bazie hotelowej i 11 954 w usługach gastronomicznych, które cechuje znacznie mniejsza produktywność niż miejsca pracy w bazie hotelowej. Łącznie daje to miejsca pracy dla 27 473 osób w skali kraju.**

Raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry 2015” publikowany jest podczas trzeciej edycji Meetings Week Poland, ogólnopolskiego święta branży spotkań. Kluczową rolę odgrywają w nimi interesariusze z całej Polski związani z organizacją i zarządzaniem spotkaniami. Począwszy od stowarzyszeń branżowych, poprzez regionalne biura marketingu miejsc, a skończywszy na profesjonalnych organizatorach kongresów i organizatorach podróży motywacyjnych. To właśnie ci ostatni, rekomendowani przez Poland Convention Bureau, w zeszłym roku obsłużyli wydarzenia biznesowe dla prawie **1,5 mln osób** co udowadnia siłę przemysłu spotkań i jego rolę w dzisiejszej gospodarce.

2012, when it amounted to 34 388 million PLN³, therefore the estimated contribution of the meetings industry to the production of this section is 8.1%, with 6.7% for accommodation only. Thus it is an important contribution to the industry operations in Poland, especially since the estimate did not fully include the sales for the benefit of the meetings industry. It is also worth adding that the estimated sales amount of accommodation, gastronomic and culture-leisure services (2842.2 million PLN) supplied the local economies that hosted events and meetings.

Based on more detailed data on the share of value added in section I in 2012, which are available in the Eurostat base, the contribution of sales of hotel and gastronomic services in developing the value added and jobs can be calculated⁴. **The contribution of the meetings industry to a state economy, estimated based on the data, is 1121.1 million PLN of value added generated in the hotel base and 141.5 million PLN in gastronomy, i.e. 1262.6 million PLN in total. The contribution to creation of jobs is 15 519 employees in the hotel base and 11 954 in gastronomic services, characterized by much smaller productivity than jobs in the hotel base. It gives 27 473 jobs nationwide in total.**

“Poland Meetings and Events Industry Report 2015” report is published during the third edition of the Meetings Week Poland, a nationwide meetings industry festival. The key role is played there by stakeholders from across Poland involved in the organization and management of meetings. Starting from trade associations, through regional convention bureaus, to professional organizers of congresses and incentive travel. It is the latter ones, recommended by the Poland Convention Bureau, who served business events for nearly **1.5 million people** last year, which proves the power of the meetings industry and its role in today’s economy.

Under administration non-governmental structures, local and re-

5. Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2009-2012, GUS, Warszawa 2014, s. 316.

5. National accounts by institutional sectors and subsectors 2009-2012, Central Statistical Office (CSO), Warsaw 2014, p. 316.

6. Statystyka strukturalna przedsiębiorstw w bazie EUROSTAT i obliczenia własne według rocznego kursu euro 4,18 PLN, 2.03.2015.

6. Structural statistics of companies in the EUROSTAT base and own calculations according to the annual exchange rate of 4.18 PLN, 2.03.2015.

- Organizacja Narodów Zjednoczonych: Terminologia turystyczna. Zalecenia WTO, ONZ-WTO, UKFiT, Warszawa 1995.
- World Tourism Organisation: Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry. Developing a Tourism Satellite Account Extension, World Tourism Organisation, Madrid 2006.
- Celuch K.: Raport: „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry Report 2012”, Warszawa 2012
- Celuch K.: Raport: „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry Report 2013”, Warszawa 2013
- Celuch K.: Raport: „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry Report 2013”, Warszawa 2014
- Convention Industry Council; APEX Industry Glossary, The glossary of the meetings, conventions and exhibitions industry, Alexandria, VA, USA 2005
- Rachunki narodowe według sektorów i podsektorów instytucjonalnych 2009-2012, GUS, Warszawa 2014
- Statystyka strukturalna przedsiębiorstw w bazie EUROSTAT

Rys. 1 Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce w latach 2001-2013 według ICCA	4
Fig. 1 number of associations meetings organised in Poland in the years 2001-2013 according to ICCA	
Rys. 2 Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce w latach 2003-2013 według UIA	5
Fig. 2 Number of association meetings organised in Poland in the years 2003-2012 according to UIA	
Rys. 3 Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce według statystyk stowarzyszeń ICCA i UIA w latach 2003-2013	5
Fig. 3 Number of association meetings organized in Poland, according to the statistics of associations ICCA and UIA in the years 2003-2013	
Rys. 4 Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w 2014 roku	12
Fig. 4 Seasonality in the number of meetings and events in 2013	
Rys. 5 Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według ich rodzaju	13
Fig. 5 Number of participants in meetings and events by type	
Rys. 6 Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według ich kategorii	14
Fig. 6 Number of participants in meetings and events by category	
Rys. 7 Liczba uczestników spotkań i wydarzeń według miesięcy	15
Fig. 7 Number of participants in meetings and events broken down by months	
Rys. 8 Geograficzne zróżnicowanie pochodzenia uczestników	16
Fig. 8 Geographic variation of participants' origin	
Rys. 9 Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju	16
Fig. 9 Number of meetings and events according to type	
Rys. 10 Liczba spotkań i wydarzeń według kategorii	17
Fig. 10 Number of meetings and events according to category	
Rys. 11 Liczba spotkań i wydarzeń w poszczególnych polskich miastach wg kategorii	19
Fig. 11 The number of meetings and events in cities in 2013 according to category	
Rys. 12 Spotkania i wydarzenia w Gdańsku w 2014 roku (%)	20
Fig. 12 Meetings and events in Gdansk in 2014 (%)	
Rys. 13 Spotkania i wydarzenia w Krakowie w 2014 roku	21
Fig. 13 Meetings and events in Krakow in 2014 (%)	
Rys. 14 Spotkania i wydarzenia w Poznaniu w 2014 roku (%)	22
Fig. 14 Meetings and events in Poznan in 2014 (%)	
Rys. 15 Spotkania i wydarzenia w Wrocławiu w 2014 roku (%)	23
Fig. 15 Meetings and events in Wroclaw in 2014 roku (%)	
Rys. 16 Spotkania i wydarzenia w Katowicach w 2014 roku	24
Fig. 16 meetings and events in Katowice in 2014 (%)	
Rys. 17 Spotkania i wydarzenia w Łodzi w 2014 roku	25
Fig. 17 meetings and events in Lodz in 2014 (%)	
Rys. 18 Spotkania i wydarzenia w Warszawie w 2014 roku	26
Fig. 18 meetings and events in Warsaw in 2014 (%)	
Rys. 19 Liczba spotkań i wydarzeń wg. województw w 2014	27
Fig. 19 Number of meetings and events in voivodeship in 2014	
Rys. 20 Liczba spotkań i wydarzenia według zleceniodawcy w 2014	29
Fig. 20 Number of meetings and events according to type of the client in 2014	
Rys. 21 Przeciętny czas trwania, przeciętny czas pobytu i przeciętna liczba zakupionych noclegów	30
Fig. 21 Average event duration, average time of stay and average number of purchased overnight stay	
Rys. 22 Przeciętne wydatki uczestników kongresów i targów na wybrane usługi	31
Fig. 22 Average expenses of participants of congresses and fairs on selected services	
Rys. 23 Sezonowość wykorzystania bazy noclegowej w Polsce w 2014 r.	32
Fig. 23 Seasonality of accommodation facilities use in Poland in 2014	
Rys. 24 Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w bazie hotelowej w Polsce w 2014	33
Fig. 24 Degree of use of accommodation rooms in hotel facilities in Poland in 2014	
Rys. 25 Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w Polsce w latach 2009-2014	34
Fig. 25 Seasonality in the number of meetings and events in Poland in 2009-2013	
Rys. 26 Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach w Polsce w latach 2009-2014	35
Fig. 26 Seasonality of the number of participants in meetings and events 2009-2014	
Rys. 27 Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju w latach 2009-2014	36
Fig. 27 Number of meetings and events according to type 2009-2014	
Rys. 28 Liczba spotkań i wydarzeń według kategorii w latach 2009 – 2014	38
Fig. 28 Number of meetings and events according to category in the years 2009 - 2014	
Rys. 29 Liczba spotkań i wydarzeń w 2014 roku zorganizowanych przez rekomendowane podmioty według kategorii	44
Fig. 29 Number of meetings and events in 2014, organised by recommended entities broken down by category	
Rys. 30 Liczba spotkań i wydarzeń w 2013 roku zorganizowanych przez rekomendowane podmioty według rodzaju	45
Fig. 30 Number of meetings and events in 2013, organised by recommended entities broken down by type	
Rys. 31 Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń zorganizowanych przez rekomendowane podmioty w 2014 roku	46
Fig. 31 Seasonality of number of meetings and events organised by recommended entities in 2014	
Rys. 32 Liczba spotkań zorganizowanych przez rekomendowanych organizatorów w latach 2009-2014	47
Fig. 32 The number of meetings organised by recommended organizers in the years 2009-2014	
Rys. 33 Międzynarodowa konkurencyjność w turystyce	49
Fig. 33 International competitiveness in sphere of tourism	

<i>Tab. 1 Spis spotkań stowarzyszeń międzynarodowych stowarzyszeń w Polsce w 2014 roku</i>	6
<i>Tab. 1 List of meetings of international associations in Poland in 2014</i>	
<i>Tab. 2 Liczba spotkań i wydarzeń według obiektu</i>	10
<i>Tab. 2 Number of meetings and events by venue</i>	
<i>Tab. 3 Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w 2014 roku</i>	11
<i>Tab. 3 Seasonality in the number of meetings and events in 2014</i>	
<i>Tab. 4 Liczba spotkań i wydarzeń według długości</i>	12
<i>Tab. 4 number of meetings and events according to length</i>	
<i>Tab. 5 Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju</i>	12
<i>Tab. 5 number of participants in meetings and events by type</i>	
<i>Tab. 6 Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według kategorii</i>	13
<i>Tab. 6 Number of participants in meetings and events by category</i>	
<i>Tab. 7 Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach</i>	14
<i>Tab. 7 Seasonality of the number of participants in meetings and events</i>	
<i>Tab. 8 Geograficzne zróżnicowanie pochodzenia uczestników</i>	15
<i>Tab. 8 Geographic variation of participants' origin</i>	
<i>Tab. 9 Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju</i>	16
<i>Tab. 9 number of meetings and events according to type</i>	
<i>Tab. 10 Liczba spotkań i wydarzeń według kategorii</i>	17
<i>Tab. 10 Number of meetings and events according to category</i>	
<i>Tab. 11 Liczba spotkań i wydarzeń w poszczególnych polskich miastach</i>	18
<i>Tab. 11 The number of meetings and events in different Polish cities</i>	
<i>Tab. 12 Liczba spotkań i wydarzeń w poszczególnych polskich miastach wg kategorii</i>	19
<i>Tab. 12 Number of meetings and events in Polish cities by category</i>	
<i>Tab. 13 Liczba spotkań i wydarzeń w poszczególnych województwach w 2014 roku (%)</i>	28
<i>Tab. 13 Number of meetings and events in the various voivodeships in 2014 (%)</i>	
<i>Tab. 14 Liczba spotkań i wydarzeń wg zleceniodawców w 2014 roku (%)</i>	28
<i>Tab. 14 Number of meetings and events according to clients in 2014 (%)</i>	
<i>Tab. 15 Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w Polsce w latach 2009-2014</i>	35
<i>Tab. 15 Seasonality in the number of meetings and events in Poland in 2009-2014</i>	
<i>Tab. 16 Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach w latach 2009-2014</i>	36
<i>Tab. 16 Seasonality in the number of meetings and events in Poland in 2009-2014</i>	
<i>Tab. 17 Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju w latach 2009-2014</i>	37
<i>Tab. 17 Number of meetings and events according to type in 2009-2014</i>	
<i>Tab. 18 Liczba spotkań i wydarzeń według kategorii w latach 2009-2014</i>	37
<i>Tab. 18 Number of meetings and events according to category 2009-2014</i>	
<i>Tab. 19 Spis planowanych spotkań międzynarodowych stowarzyszeń w Polsce na lata 2014 – 2021</i>	39
<i>Tab. 19 List of international association meetings planned in Poland in 2015-2021</i>	
<i>Tab. 20 Liczba spotkań i wydarzeń w 2014 roku zorganizowanych przez rekomendowane podmioty</i>	44
<i>Tab. 20 Number of meetings and events in 2014, organised by recommended entities</i>	
<i>Tab. 21 Liczba uczestników i spotkań według rodzaju</i>	45
<i>Tab. 21 Number of meetings and events according to type</i>	
<i>Tab. 22 Liczba spotkań zorganizowanych przez rekomendowanych organizatorów w latach 2009-2014</i>	47
<i>Tab. 22 The number of meetings organised by recommended organizers in the years 2009-2014</i>	

Spis Convention Bureaux w Polsce

List of convention bureaus in Poland

11

W ramach struktur administracji samorządowej, lokalnej oraz regionalnej na terenie Polski na dzień 1.03.2014 funkcjonuje 11 jednostek convention bureaus. Poniżej przedstawiamy szczegółowe dane kontaktowe do wszystkich z nich.

regional, which are located in Poland as of 1 March 2014 operate 11 convention bureaus units. Contact details are presented below.

Poland Convention Bureau of Polish Tourist Organization also

GDAŃSK CONVENTION BUREAU
www.gdanskconvention.pl

BYDGOSZCZ
BYDGOSZCZ CONVENTION BUREAU
www.convention.bydgoszcz.pl

POZNAŃ CONVENTION BUREAU
www.pcb.poznan.pl

TORUŃ CONVENTION BUREAU COPERNICUS
www.lottorun.pl

WARSAW CONVENTION BUREAU
www.warsawconvention.pl

ŁÓDŹ CONVENTION BUREAU
www.turystyczna.lodz.pl

Wrocław
CONVENTION BUREAU WROCŁAW
www.convention.wroclaw.pl

Kielce Convention Bureau
www.convention24.pl

Katowice
KATOWICE CONVENTION BUREAU
www.convention.katowice.pl

KRAKÓW convention bureau
KRAKÓW CONVENTION BUREAU
www.krakow.pl/ccb

CONVENTION BUREAU DOLNY ŚLĄSK
www.dolnyslask.info.pl

Spis firm rekomendowanych przez PCB POT

List of companies recommended by PCB POT











12

Poland Convention Bureau 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.

conducts recommendation program for companies which specialize in complex organization and management of incentive travels which are organised in Poland. Recommendation may be obtained by business entities which are involved in planning and organization of travels which were organised in Poland, with appropriate organizational experience, technical facilities and trained team of employees which enable full execution of own incentive events for minimum 50-100 participants. 50 - 100 participants.

Poniżej przedstawiamy spis firm rekomendowanych przez PCB POT na dzień 1.03.2015.

The list of companies which are recommended by PCB POT as of 1 March 2015 is presented below.

<p>AKTIV TOURS REISEN Osoba do kontaktu / Contact person: Michał Jasiczek aktiv@aktivtours.com.pl www.aktivtours.com.pl</p>		<p>HAXEL Osoba do kontaktu / Contact person: Dorota Goetzen dorota.goetzen@haxel.pl www.haxel.eu</p>	
<p>BUSINESS SERVICE GALOP Osoba do kontaktu / Contact person: Krystyna Gołąbek biuro@kongresy.com.pl www.kongresy.com.pl</p>		<p>HOLIDAY TRAVEL Osoba do kontaktu / Contact person: Irena Sokołowska congress@holidaytravel.pl www.holidaytravel.pl/mice/pl</p>	
<p>DMC POLAND Osoba do kontaktu / Contact person: Agnieszka Faracik - Leśniak agnieszka@dmcpoland.com www.dmcpoland.com</p>		<p>POLAND CONCEPT DMC Osoba do kontaktu / Contact person: Krzysztof Michniewicz dmc@icpgroup.pl www.polandconcept.pl</p>	
<p>DWÓR POLSKI Osoba do kontaktu / Contact person: Justyna Odziejewicz biuro@dworpolski.com.pl www.dworpolski.com.pl</p>		<p>MAZURKAS TRAVEL Osoba do kontaktu / Contact person: Katarzyna Rokicka kongresy@mazurkas.com.pl www.kongresy.mazurkas.com.pl</p>	
<p>FURNEL TRAVEL INTERNATIONAL Osoba do kontaktu/ Contact person: Anna Kostyra furnel@furnel.pl www.furnel.pl</p>		<p>MIĘDZYNARODOWE TARGI POZNAŃSKIE Osoba do kontaktu / Contact person: Sabrina Żymierska sabrina.zymierska@mtp.pl www.pcc.mtp.pl</p>	
<p>GRUPA A-05 Osoba do kontaktu / Contact person: Piotr Wilczek a05@a05.pl www.a05.pl</p>		<p>SYMPOSIUM CRACOWIENSE Osoba do kontaktu / Contact person: Anna Jedrocha info@symposium.pl www.symposium.pl</p>	
<p>GLOBAL WINGS Osoba do kontaktu / Contact person: Hanna Bargieł info@globalwings.pl www.globalwings.pl</p>		<p>TARGI KIELCE CENTRUM WYSTAWIENNICZO-KONGRESOWE Osoba do kontaktu / Contact person: Anna Kanabrocka centrum@targikielce.pl www.targikielce.pl</p>	

<p>GRUPA TRIP Osoba do kontaktu / Contact person: Bożena Jakubiak biuro@trip.pl www.trip.pl</p>		<p>VIVENTUM Osoba do kontaktu / Contact person: Agata Gościńska viventum@viventum.pl www.viventum.pl</p>	
<p>TARGI W KRAKOWIE Osoba do kontaktu / Contact person: Katarzyna Perlik woch@targi.krakow.pl www.targi.krakow.pl</p>			



POLSKA

COME AND FIND YOUR STORY



Move Your Imagination



POLAND
CONVENTION
BUREAU

I wanted to reinforce bonds among my team members, inspire them to come up with even better ideas and ignite a spark of extra creativity. And so I took them to Krakow, a former capital of Poland and one of Europe's most beautiful places. Impressive landmarks exist side by side with modern hotels and business centers. My plan worked out perfectly fine and now I have a team I am really proud of.

www.poland-convention.pl





Poland Convention Bureau
Polska Organizacja Turystyczna / Polish Tourist Organisation

ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa,
tel. +(48-22) 536 70 73, fax. +(48-22) 536 70 04,
e-mail: polandcb@pot.gov.pl
www.poland-convention.pl / www.pot.gov.pl

