

POLSKA



Poland
Meetings & Events Industry
2012

RAPORT

PRZEMYSŁ
SPOTKAŃ I WYDARZEŃ W POLSCE
2012

- banquets - 300 pax
- max number of seats
- DMC

deadline!!!

INCENTIVE
TOURS

- * HOTEL STANDARD
- * PRODUCT LAUNCH
- BRITISH STANDARD BS 8901

- # PRESENTATION
- # GREEN CONFERENCE
- # PROGRAMME

TEAM
BUILDING

- CATERING
- RECOMMENDATION
- SPEAKER



Presentation!



POLAND
CONVENTION
BUREAU 10 years

Move Your Imagination



POLAND
CONVENTION
BUREAU 10 years



Krzysztof Celuch

Raport
Przemysł spotkań i wydarzeń
w Polsce 2012

Poland Meetings and Events Industry
Report 2012

Warszawa / Warsaw 2012

Autor/Author:

Krzysztof Celuch

Konsultacja naukowa raportu/Science consultant:

prof. SGH dr hab. Ewa Dziedzic

Recenzent/Reviewer:

prof. UEK dr hab. Jadwiga Berbeka

Wydawca/Publisher:

Poland Convention Bureau

Polska Organizacja Turystyczna /Polish Tourist Organisation

ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa

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

e-mail: cbp@pot.gov.pl

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

© Copyright: by Poland Convention Bureau POT

ISSN: 2082-5676

Warszawa / Warsaw 2012

Spis treści/

Table of Contents

1. Wstęp Introduction	6
2. Polska w rankingach międzynarodowych organizacji przemysłu spotkań Poland in the rankings of international meetings industry organisations	7
2.1. Liczba spotkań w Polsce w latach 2001-2010 wg International Congress & Convention Association (ICCA) The number of meetings in Poland during the years 2001-2010 according to the International Congress & Convention Association (ICCA)	7
2.2. Liczba spotkań w Polsce w latach 2003 – 2010 wg Union of International Association (UIA) The number of meetings in Poland in the years 2003-2010 according to the Union of International Associations (UIA)	8
2.3. Porównanie statystyk ICCA oraz UIA w latach 2003-2010 dla Polski Comparison of ICCA and UIA statistics for the years 2003-2010 for Poland	9
2.4. Spis spotkań międzynarodowych stowarzyszeń w Polsce w 2011 roku List of international association meetings in Poland in 2011	10
3. Spotkania i wydarzenia w Polsce w 2011 roku w świetle badań krajowych Meetings and events in Poland in 2011 in the light of national studies	11
3.1. Metodyka badań Research methodology	11
3.2. Charakterystyka próby badawczej Characteristics of the survey population	13
3.3. Analiza i wyniki badań Survey results and analysis	15
3.3.1. Analiza ilościowa (liczba uczestników wg tematu i rodzaju spotkania, liczba spotkań, rozkład w ciągu roku) A quantitative analysis (number of participants according to subject and type of meeting, number of meetings, distribution over the year)	15
3.3.2. Charakterystyka jakościowa (kategoria i rodzaj spotkań, miejsce pochodzenia uczestników) A qualitative analysis (category and type of meeting, and origin of participants)	19
3.3.3. Analiza ekonomiczna spotkań i wydarzeń w Polsce w roku 2011 (wybrane aspekty) An economic analysis of meetings and events in Poland in 2011 (selected aspects)	29
3.3.4. Porównanie spotkań i wydarzeń w latach 2009-2011 Comparison of meetings and events for the years 2009-2011	36
4. Spis planowanych spotkań międzynarodowych stowarzyszeń w Polsce na lata 2013-2016 A list of planned international association meetings in Poland in the years 2013-2016	40
5. Podsumowanie Summary	42
6. Słownik pojęć i skrótów Glossary of terms and abbreviations	43
7. Źródła Sources	45
8. Spis rysunków List of figures	46
9. Spis tabel List of tables	46
10. Spis Convention Bureaux w Polsce A list of Convention Bureaux in Poland	47
11. Spis firm rekomendowanych przez PCB POT A list of companies recommended by the PCB PTO	48
12. Poland Convention Bureau POT The Poland Convention Bureau PTO	49

Wstęp

Raport „Przemysł spotkań w Polsce – Poland Meetings & Events Industry Report 2012” został przygotowany przez Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej przy współpracy z regionalnymi Convention Bureaux z Polski oraz obiektami, w których odbywają się spotkania i wydarzenia. Głównym jego celem jest oszacowanie liczby i rozmiarów organizowanych na terenie Polski w 2011 roku spotkań i wydarzeń.

Kampania promocyjna Polskiej Organizacji Turystycznej na trzech wybranych rynkach niemieckim, brytyjskim i francuskim skierowana m.in. do osób i instytucji związanych z przemysłem spotkań to tylko wybrane z działań prowadzących do zbudowania silnego wizerunku Polski jako kraju otwartego na kongresy i konferencje. Przygotowania do UEFA EURO 2012™ i wsparcie przygotowań wydarzeń korporacyjnych towarzyszących tej imprezie czy finalnie uzyskanie akredytacji potwierdzającej profesjonalizm Poland Convention Bureau POT to wybrane działania ostatnich miesięcy, w które jesteśmy zaangażowani.

Ponad 27000 spotkań i wydarzeń, kolejne miasta i regiony biorące udział w badaniu oraz zaangażowanie środowisk akademickich to wybrane nowości tegorocznej publikacji.

Analiza przedstawiona w poniższym raporcie 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 normami 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 i więcej, miejsce (obiekt), w którym odbywa się spotkanie zostało opłacone specjalnie w tym celu.

Raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry 2012” jest zasobem informacyjnym, który ma udowodnić ważną rolę przemysłu spotkań w rozwoju gospodarki w Polsce. Prezentując już jego trzecią edycję chcemy podziękować wszystkim zaangażowanym w jego powstanie, ze szczególnym uwzględnieniem regionalnych Convention Bureaux. To właśnie dzięki lokalnej współpracy możemy razem prezentować te wyniki. Jednocześnie w roku, w którym obchodzimy jubileusz 10-lecia działalności w ramach Polskiej Organizacji Turystycznej zapraszamy do organizacji spotkań właśnie w Polsce.

W tym roku również: „Wracamy do Ogrodu”, czyli wspieramy lokalny dom dziecka, publikujemy „Unique venues in Poland” czyli zbiór unikalnych miejsc przystosowanych do organizacji spotkań i wydarzeń czy wyróżniamy ludzi świata nauki w ramach programu „Ambasador Kongresów Polskich”, który zostanie podsumowany na uroczystej gali w Poznaniu.

Krzysztof Celuch

Introduction

The “Poland Meetings and Events Industry Report 2012” was prepared by the Poland Convention Bureau of the Polish Tourist Organisation in cooperation with the regional Convention Bureaux of Poland and the venues which host the meetings and events. Its main aim is to estimate the number and characteristics of meetings and events organised in Poland in 2011.

The promotional campaign of the Polish Tourist Organisation in the three selected markets – the German, British, and French, aimed, inter alia, at people and institutions connected with the meetings industry is only one of the activities which have led to developing a strong image of Poland as a country open to congresses and conferences. The preparations for UEFA EURO 2012™ and the support for corporate events accompanying this tournament, as well as the final attaining of accreditation confirming the high professional standard of the Poland Convention Bureau of the PTO are two more examples of the activities in which we have been engaged over the past few months.

Some of the innovations in this year’s “Poland Meetings and Events Industry Report 2012” include a survey of more than 27000 meetings and events, new cities and regions taking part in the study, and the involvement of academic institutions.

The analysis contained in this report is based on the standards adopted in the study on meetings-related tourism, “Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry: Developing a Tourism Satellite Account Extension”, prepared by the United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) and its affiliated members. Statistical studies undertaken according to UNWTO’s standards take into account the meetings and events that meet such requirements as: the presence of at least 10 participants, the duration of at least half a day, i.e. four hours or more, the venue in which the meeting takes place having been paid for specifically for this purpose.

The “Poland Meetings and Events Industry Report 2012” serves as a tool to prove the significant role played by the meetings industry in the development of the economy in Poland. In presenting the third edition of the Report we would like to thank all of those involved in its creation, and particularly the regional Convention Bureaux. It is thanks to their local cooperation that we can present these results. At the same time, in the 10th anniversary year of the activities of the Polish Tourist Organisation we invite everyone to organise their meetings here, in Poland.

This year will also feature the „BACK TO THE GARDEN” campaign – our support to a local children’s home, the publication of “Unique Venues in Poland” – listing the most special venues for meetings and events, and the “Polish Congress Ambassadors” Programme, to be concluded at the official gala in Poznań.

Krzysztof Celuch

Polska w rankingach międzynarodowych organizacji przemysłu spotkań

Polska coraz aktywniej działa na polu międzynarodowych spotkań ukazując swoje możliwości. Największe miasta są wymieniane jako potencjalne destynacje dla międzynarodowych kongresów. Widoczna jest współpraca z międzynarodowymi organizacjami, profesjonalnymi organizatorami czy przedstawicielami stowarzyszeń.

Wspólne działania regionalnych podmiotów z centralnymi jednostkami sprawiają również, iż spójny komunikat dostarczany jest do zainteresowanych Polską jako krajem, który może przyciągnąć członków danej organizacji czy przedstawicieli sektora prywatnego.

Cieszy również fakt, iż polscy przedstawiciele aktywnie działają na polu międzynarodowych organizacji zrzeszających branżę spotkań. Poniżej zostały przedstawione przykłady analiz polskiego rynku spotkań przez znaczące organizacje światowe zajmujące się promocją i prowadzeniem badań statystycznych.

Liczba spotkań w Polsce w latach 2001 – 2010 wg International Congress & Convention Association (ICCA)

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

Hala Sportowo-Widowiskowa Gdynia/ Spectacular Sports Hall of Gdynia



POLSKA W RANKINGACH MIĘDZYNARODOWYCH ORGANIZACJI PRZEMYSŁU SPOTKAŃ/
POLAND IN THE RANKINGS OF INTERNATIONAL MEETINGS INDUSTRY ORGANISATIONS

Poland in the rankings of international meetings industry organisations

Poland is more and more active in the field of international meetings, showcasing its capabilities in this respect. The largest cities are recognised as potential destinations for international congresses. The cooperation with international, professional organisations and association representatives is noticeable.

The joint actions of regional entities and central units also allow a common message to be delivered to all who are interested in Poland as a country to attract the members of a given organisation or representatives of the private sector.

Another reason for satisfaction is the fact that Polish representatives actively operate at the level of international meetings industry associations. Below is a presentation of examples of analyses of the Polish meetings market carried out by key global organisations that promote and perform statistical studies.

Liczba spotkań w Polsce w latach 2001 – 2010 wg International Congress & Convention Association (ICCA)

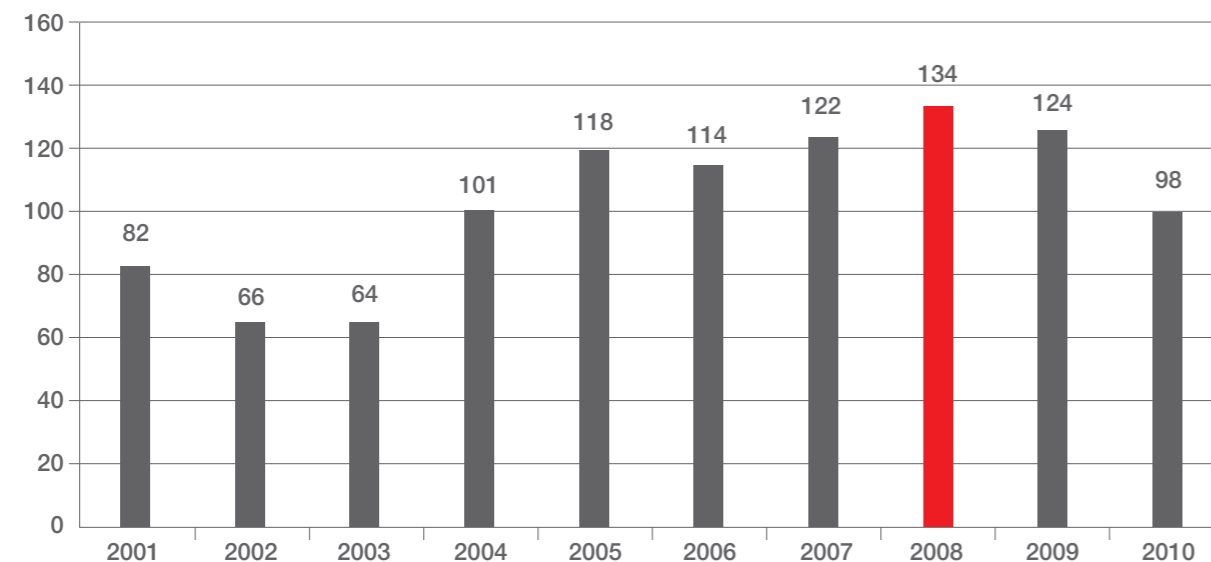
The publications of the International Congress and Convention Association (ICCA) and the Union of International Associations (UIA) are among the best-known and valued reports showing the number of organised meetings of associations in any given country. These two organisations annually prepare meetings industry statistics. Both rankings have an impact on the success of destinations and are often a significant decisional factor for congress organisers.

ICCA układa swój ranking na podstawie zebranych danych o spotkaniach stowarzyszeń (association meetings) z podziałem na dwie kategorie: międzynarodowe stowarzyszenia rządowe (international governmental association) oraz międzynarodowe stowarzyszenia pozarządowe (international non-governmental organizations/associations), które spełniają jednocześnie trzy warunki:

- odbywają się cyklicznie,
- skupiają minimum 50 uczestników,
- migrują pomiędzy co najmniej 3 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 2001-2010. (Rys. 1.).

Rys. 1. Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce w latach 2001-2010 według ICCA
Fig. 1. The number of association meetings organised in Poland in the years 2001-2010 according to ICCA



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ICCA/ Source: Own study based on ICCA data

2.2.

Liczba spotkań w Polsce w latach 2003 – 2010 wg 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 (international meetings), które spełniają jednocześnie cztery kryteria:

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

ICCA creates its ranking on the basis of collected data on association meetings, divided into two categories: international governmental associations and international non-governmental organisations/associations, which simultaneously fulfil the following three criteria:

- are held cyclically,
- attract a minimum of 50 participants,
- extend to a minimum of 3 countries.

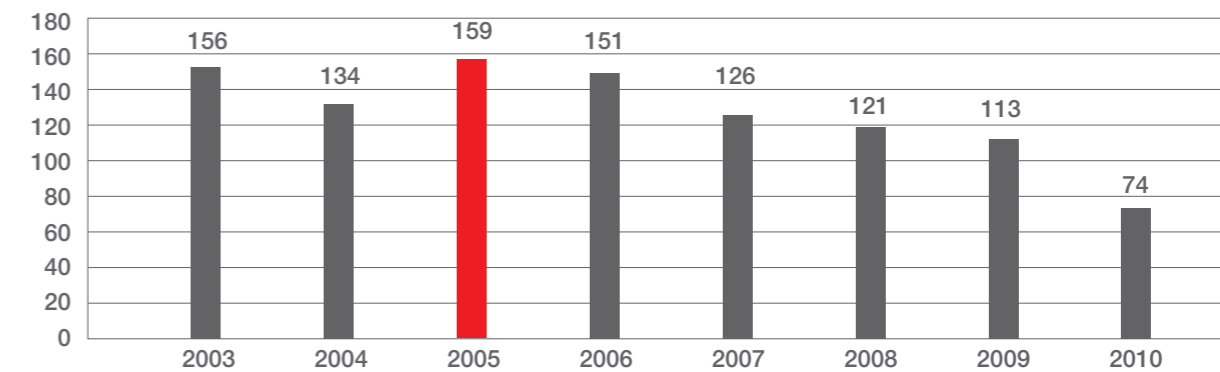
The report, “The International Association Meetings Market” is created each year on this basis using systematic analyses. The data in this report show the details about Poland as the destination for association meetings in the years 2001-2010 (Fig. 1).

The number of meetings in Poland in the years 2003-2010 according to the Union of International Associations (UIA)

Another significant report is “International Meeting Statistics” issued by the Union of International Associations (UIA), which arranges its ranking on the basis of collected data on international meetings, which fulfil all of the following four criteria:

- duration of minimum 3 days,
- attract a minimum of 300 participants,
- the participants originate from a minimum of five countries,
- a minimum of 40% of the participants come from abroad.

Rys. 2 Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce w latach 2003-2010 według UIA
Fig. 2 Number of association meetings organised in Poland in the years 2003-2010 according to UIA



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ICCA/ Source: Own study based on ICCA data

Porównanie statystyk ICCA oraz UIA dla Polski dla lat 2003 – 2010

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

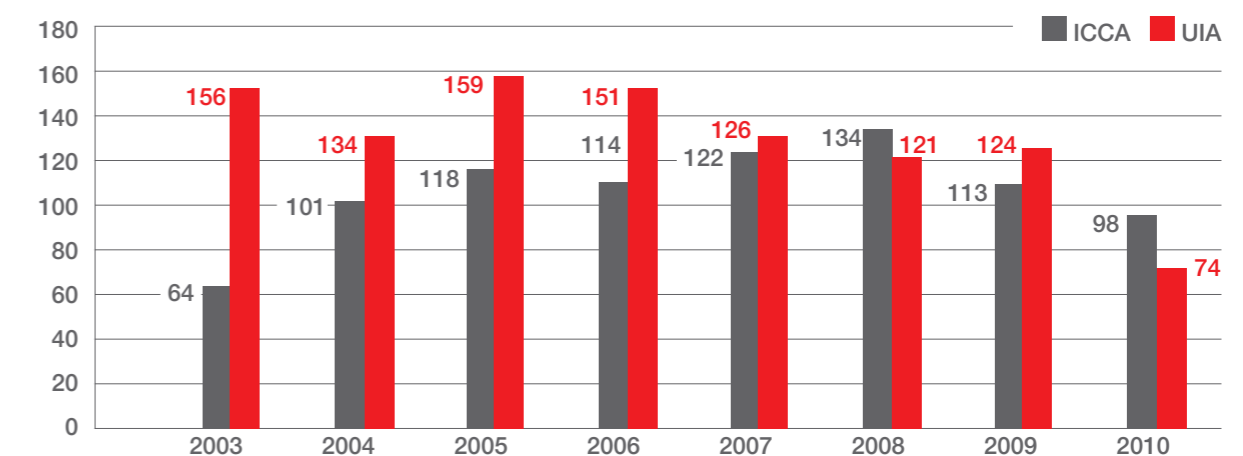
Liczba spotkań zakwalifikowanych przez International Congress and Convention Association (ICCA) oraz przez Union of International Associations (UIA) jest różna ze względu na wspomniane już przyjęte kryteria określania zbiorowości generalnej. Jednakże warto porównać i przedstawić w bezpośrednim zestawieniu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

Comparison of ICCA and UIA statistics for Poland, for the years 2003-2010

Both reports (ICCA, UIA) analyse meetings according to the following criteria: the number of participants, subject matter and theme, and their nature. The differences in the criteria applied by the two associations is significant, but even so their results are very often comparable. Moreover, both organisations exchange data concerning association meetings, and their members have access to the databases and records of both ICCA and UIA.

The number of meetings qualified by the International Congress and Convention Association (ICCA) and the Union of International Associations (UIA) is different due to their varying criteria as already mentioned. However, it is worthwhile to present a direct comparison of the number of meetings organised in Poland according to both organisations, as shown in Fig. 3.

Rys. 3 Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce w latach 2003-2010 według statystyk stowarzyszeń ICCA/UIA
Fig. 3 The number of association meetings organised in Poland according to ICCA/UIA statistics in the years 2003-2010



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ICCA i UIA/ Source: Own study based on ICCA and UIA data

PORÓWNANIE STATYSTYK ICCA ORAZ UIA DLA POLSKI DLA LAT 2003 – 2010/
 COMPARISON OF ICCA AND UIA STATISTICS FOR POLAND, FOR THE YEARS 2003-2010

Spis spotkań międzynarodowych stowarzyszeń w Polsce w 2011 r.

Wykres na rys. 3 ukazuje liczbę spotkań stowarzyszeń sklasyfikowanych przez ICCA i UIA w latach 2003-2010. Zgodnie z danymi UIA na terenie Polski najwięcej spotkań (159) zorganizowano w 2005 roku. Kolejnymi latami był rok 2003 – 156 spotkań oraz 2006 – 151 spotkań. Natomiast zgodnie z danymi ICCA najlepszym okazał się rok 2008 (121 spotkań). Najgorszymi latami zgodnie z danymi UIA okazał się rok 2010 (74 spotkań), a zgodnie z danymi ICCA rok 2003 (64 spotkania).

Celem wzbogacenia powyższych danych można zestawić szczegółowe informacje o konkretnych imprezach, które odbyły się w Polsce w 2011 roku.

The graph in Fig. 3 presents the number of association meetings classified by ICCA and UIA during the years 2003-2010. According to UIA data, the highest number (159) of meetings in Poland was organised in 2009. The next years were 2003 – 156 meetings, and 2006 – 151 meetings. On the other hand, according to ICCA data, the best year was 2008 (121 meetings). The worst years were 2010 (74 meetings) and 2003 (64 meetings), according to UIA and ICCA data respectively.

In order to supplement the above data, detailed information on specific events held in Poland during the year 2011 may be compared.

List of international association meetings in Poland in 2011

Tab. 1. Spis spotkań międzynarodowych stowarzyszeń w Polsce w 2011 r.
Table 1. List of international association meetings in Poland in 2011

Data Date	Wydarzenie Event title	Gdzie Where
06.06.2011 - 08.06.2011	International Centre for Archival Research Meeting -ICARUS-	Poznan
07.06.2011 - 08.06.2011	7 CEN-CENELEC Annual Meeting	Cracow
07.06.2011 - 10.06.2011	25 European Conference on Modelling and Simulation -ECMS-	Cracow
09.06.2011 - 10.06.2011	European Builders Confederation Annual Congress	Warsaw
12.06.2011 - 14.06.2011	12 Annual General Assembly of the International Association of Maritime Universities -IAMU-	Gdynia
15.06.2011 - 17.06.2011	Future Network and Mobile Summit 2011	Warsaw
15.06.2011 - 17.06.2011	14 International Conference on Business Information Systems -BIS 2011-	Poznan
16.06.2011 - 19.06.2011	European Conference of People To People International -PTPI-	Katowice
22.06.2011 - 25.06.2011	10 European Federation of Audiology Societies Congress -EFAS-	Warsaw
27.06.2011 - 30.06.2011	IEEE International Symposium on Industrial Electronics -ISIE 2011-	Gdansk
28.06.2011 - 02.07.2011	8 Conference of the European Society for Mathematical and Theoretical Biology -ESMTB-	Cracow
28.06.2011 - 02.07.2011	2011 Annual Meeting of The Society of Mathematical Biology -SMB-	Cracow
28.06.2011 - 30.06.2013	19 International Symposium on Methodologies for Intelligent Systems -ISMIS 2011-	Warsaw
03.07.2011 - 08.07.2011	18 International Conference on Solid State Ionics -SSI 18-	Warsaw
03.07.2011 - 07.07.2011	20 World Business Congress	Poznan
03.07.2011 - 08.07.2011	17 International Conference on Flow Injection Analysis -ICFIA-	Cracow
06.07.2011 - 08.07.2011	19 European Social Services Conference	Warsaw
06.07.2011 - 08.07.2011	16 European Conference on Food Chemistry -EURO FOOD CHEM XVI-	Gdansk
06.07.2011 - 08.07.2011	5 International Symposium on Information Technologies in Environmental Engineering -ITEE 2011-	Poznan
06.07.2011 - 08.07.2011	5 ICCA Research, Sales & Marketing Programme 2011	Gdansk
07.07.2011 - 09.07.2011	4 Association of Language Testers in Europe International Conference -ALTE-	Cracow
10.07.2011 - 14.07.2011	13 International Conference on Luminescence and Electron Spin Resonance Dating -LED13-	Torun
05.09.2011 - 08.09.2011	12 International Symposium on Water Management and Hydraulic Engineering -WMHE-	Gdansk
05.09.2011 - 07.09.2011	EU-Youth Conference & DG Meeting	Warsaw
05.09.2011 - 09.09.2011	8 International Congress of Hittitology	Warsaw
10.07.2011 - 13.07.2011	5 European Symposium on Plant Lipids	Gdansk
15.09.2011 - 17.09.2011	7 International Conference on Third Language Acquisition and Multilingualism -EAEA-	Warsaw
17.07.2011 - 22.07.2011	16 International Symposium on Carotenoids	Cracow
23.07.2011 - 28.07.2011	Congress of the International Secretariat of Catholic Secondary School Teachers -SIESC-	Warsaw
24.07.2011 - 28.07.2011	36 International Herpesvirus Workshop -IHW 2011-	Gdansk
26.07.2011 - 03.08.2011	IFES World Assembly	Cracow
31.07.2011 - 05.08.2011	23 International Conference on Automated Deduction -CADE-	Wroclaw
24.08.2011 - 27.08.2011	64 Summer Congress of the Interallied Confederation of Reserve Officers -CIOR-	Warsaw

SPIS SPOTKAŃ MIĘDZYNARODOWYCH STOWARZYSZEŃ W POLSCE W 2011 R.
LIST OF INTERNATIONAL ASSOCIATION MEETINGS IN POLAND IN 2011

27.08.2011 - 31.08.2011	37 Annual Scientific Meeting of the European Underwater and Baromedical Society -EUBS-	Gdansk
28.08.2011 - 01.09.2011	25 Annual ECM Summer School of European Cities Marketing -ECM-	Cracow
28.08.2011 - 31.08.2011	14 International Congress of Radiation Research -IARR-	Warsaw
13.09.2011 - 14.09.2011	9 ELGPN Plenary Meeting	Warsaw
13.09.2011 - 16.09.2011	22 Cartoon Forum 2011	Sopot
14.09.2011 - 17.09.2011	General Assembly of the Federation of European Union Manufacturers and Suppliers of Ingredients to the Bakery, Confectionery	Cracow
14.09.2011 - 16.09.2011	International Conference on the Biomechanics of Injury -IRCOBI-	Cracow
15.09.2011 - 17.09.2011	19 Annual Conference of the European Environment and Sustainable Development Advisory Councils -EEAC-	Wroclaw
15.09.2011 - 17.09.2011	4 International Conference for Cognitive Analytic Therapy	Cracow
18.09.2011 - 25.09.2011	27 Congress of the International Association of Bibliophiles -AIB-	Cracow/ Warsaw
19.09.2011 - 23.09.2011	99 Statutory Meeting & Annual Science Conference of the International Council for the Exploration of the Sea -ICES-	Gdansk
21.09.2011 - 25.09.2011	Congress of the International Association of Music Information Centres -IAMIC-	Warsaw
21.09.2011 - 24.09.2011	6 European Meeting for Vascular Biology and Medicine	Cracow
23.09.2011 - 24.09.2011	General Meeting of the Global Alliance against Chronic Respiratory Diseases -GARD-	Warsaw
25.09.2011 - 28.09.2011	10 Central European Symposium on Theoretical Chemistry -CESTC-	Torun
29.09.2011 - 30.09.2011	9 European Cement Conference	Warsaw
17.10.2011 - 20.10.2011	6 International Conference on Surfaces, Coatings and Nanostructured Materials -NanoSMat 2011-	Cracow
26.10.2011 - 29.10.2011	Asia Europe Physics Summit -ASEPS-	Wroclaw
28.11.2012	High Level Conference-Implementation of the Single European Sky -SES-	Warsaw

Kongres Polskiej Edukacji w Centrum EXPO XXI / Congress of Polish Education in EXPO XXI Center



Spotkania i wydarzenia w Polsce w 2011 roku w świetle badań krajowych

Metodyka badań

Raport „Przemysł spotkań w Polsce – Poland Meetings & Events Industry Report 2012” został przygotowany przez Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej przy współpracy z regionalnymi Convention Bureaux z Polski oraz obiektami, w których odbywają się spotkania i wydarzenia.

Głównym celem raportu jest identyfikacja liczby i rozmiarów organizowanych na terenie Polski w 2011 roku spotkań i wydarzeń (m.in. społecznych, gospodarczych, biznesowych).

SPOTKANIA I WYDARZENIA W POLSCE W 2011 ROKU W ŚWIETLE BADAŃ KRAJOWYCH/
MEETINGS AND EVENTS IN POLAND IN 2011 IN THE LIGHT OF NATIONAL STUDIES/
METODYKA BADAŃ/ RESEARCH METHODOLOGY

Meetings and events in Poland in 2011 in the light of national studies

Research methodology

The “Poland Meetings and Events Industry Report 2012” was prepared by the Poland Convention Bureau of the Polish Tourist Organisation, with collaboration from the regional Convention Bureaux of Poland and the venues hosting meetings and events.

The main objective of this report is to determine the number and extent of the meetings and events (including social, economic, and business) organised in Poland in 2011.



Badanie było skierowane do osób zbierających dane statystyczne w wyżej wymienionych obiektach oraz pracowników regionalnych Convention Bureaux odpowiedzialnych za te działania.

W badaniu – zgodnie ze wzorem przyjętym przez regionalne Convention Bureaux – zostały wyodrębnione cztery grupy: konferencja/kongres, wydarzenie korporacyjne, wydarzenie motywacyjne oraz targi/wystawy. Na potrzeby badania zostały przyjęte następujące terminy:

- „konferencja/kongres” określa krajowe i międzynarodowe spotkania stowarzyszeń (association meetings) bez wyraźnego podziału na spotkania rządowe i pozarządowe (governmental, non-governmental meetings),
- „wydarzenie korporacyjne” określa wydarzenie firmowe (corporate events) ze szczególnym zwróceniem uwagi na szkolenia, warsztaty, seminaria, konferencje prasowe, premiery produktów,
- wydarzenia motywacyjne, w tym podróże, wyjazdy motywacyjne o charakterze gratyfikacyjnym, uznaniowym,
- „targi/wystawy” jest dedykowany do dużych wydarzeń o dowolnej tematyce, zazwyczaj odbywających się na terenie obiektów targowych.

Założenia i cele zostały zweryfikowane na podstawie analizy 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.

Poprzez powyższe grupy należy rozumieć następujący charakter:

- humanistyczne - spotkania i wydarzenia związane z kulturą, sztuką, jak historia sztuki, filologia, muzykologia, etyka, filozofia, oraz te związane ze społeczeństwem, jak historia, archeologia, socjologia, psychologia i antropologia;
- technologiczne - spotkania i wydarzenia związane z architekturą i urbanistyką, automatyka i robotyka, biocy-

The study was undertaken by the people who collect statistical data in the aforementioned venues, as well as employees of regional Convention Bureaux responsible for such operations.

In compliance with the model accepted by the municipal and regional Convention Bureaux, the study distinguishes the following four groups: conferences/congresses, corporate events, incentive events, and trade fairs/exhibitions. The following terms have been accepted for the needs of the study:

- “conferences/congresses”: domestic and international association meetings with no clear division into governmental and non-governmental meetings,
- “corporate events”: corporate events, with particular attention paid to training sessions, workshops, seminars, press conferences, product launches,
- “incentive events”: incentive trips awarded as a bonus or motivation,
- “trade fairs/exhibitions”: large events on any theme, usually held in fair sites.

The principles and objectives were verified on the basis of a quantitative analysis, and also adopted to the industry context, divided into meetings and events falling within the following theme groups: humanities, technological, information and communication technologies, economy and politics, and medical. The definition of the above groups is as follows:

- humanities - meetings and events associated with culture, arts such as arts history, philology, musicology, ethics, philosophy, and those associated with the society, such as history, archaeology, sociology, psychology and anthropology;
- technological - meetings and events associated with architecture and urban planning, automation and robotics, biocybernetics, construction, electronics, electro-technology, geodesy and cartography, mining, engineering, chemical technology, and transport;

beretyka, budownictwo, elektronika, elektrotechnika, 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 podmiotowy analizy objął spotkania i wydarzenia, które odbyły się na terenie polskich miejscowości w 2011 roku, ze szczególnym zwróceniem uwagi na miasta i regiony, w których funkcjonują jednostki Convention Bureaux oraz indywidualne obiekty, które wzięły udział w projekcie.

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;
- szacunkowa wartość ekonomiczna zorganizowanych spotkań na terenie Polski.

W celu uzyskania informacji o wyżej wymienionych kwestiach w 2008 roku regionalne Convention Bureaux przygotowały wzór ankiety, który został zaakceptowany przez wszystkie instytucje i następnie wprowadzony w regionach. Zbieranie danych do ankiet odbywało się w 2011 roku.

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

- hotele;
- centra konferencyjno-targowe;
- uczelnie wyższe wynajmujące sale (w celu organizacji spotkań);
- obiekty kulturalne wynajmujące sale (w celu organizacji spotkań);
- obiekty historyczne (zamki, pałace, dwory);
- inne.

Charakterystyka próby badawczej

W badaniu wzięło udział 149 obiektów, w których istnieje możliwość organizacji spotkań i wydarzeń w Polsce.

Kwestionariusz ankietowy został przekazany do dziewięciu regionalnych Convention Bureaux, z czego siedem, przekazało jego wyniki zgodnie z wcześniej ustalonymi wytycznymi.

Ponadto został przesłany do ponad 200 obiektów konferencyjnych z całej Polski. Dodatkowym źródłem pozyskiwania informacji od 2012 okazała się współpraca z uczelnią

- information and communication technologies - meetings and events associated with scientific and technical fields active in information processing, including information processing technologies, and technologies for creating information processing systems, as well as communication systems, and communication and its products;
- economy and politics - meetings and events associated with economy, politics, finance, management studies, commodity science;
- medical – meetings and events associated with medical sciences, including dentistry, pharmaceuticals, public health, physiotherapy, laboratory diagnostics, medical technologies, medical biology, and biogerontology.

The objective scope of the analysis covered the meetings and events held in Polish destinations in 2011, with particular attention to the cities and regions with Convention Bureaux units, and individual venues participating in the project.

The assumed criteria of the events and meetings analysis are as follows:

- number and nationality of the participants;
- duration of the domestic and international meetings and events;
- categories and types of meetings and events;
- estimated economic value of meetings organised in Poland.

In order to obtain information in the field of the above-mentioned study principles, in 2008 the regional Convention Bureaux prepared a questionnaire model, which was accepted by all institutions and subsequently introduced in the regions. The data for the questionnaire were collected in 2011.

The objective scope of the study covered venues capable of hosting meetings and events in compliance with the defined guidelines, including the following.

- hotels;
- conference and fair centres;
- higher education institutions leasing facilities for the hosting of meetings and events;
- cultural sites leasing facilities for the hosting of meetings and events;
- historic venues (castles, palaces, manor houses);
- other.

Characteristics of the survey population

The survey covered 149 venues capable of hosting meetings and events in Poland.

The survey questionnaire was submitted to nine regional Convention Bureaux, seven of which returned their results in compliance with the previously-defined guidelines.

Furthermore, it was sent to over 200 conference venues across Poland. Another source of information since 2012 has been cooperation with a higher education institution

wyższą w ramach projektu naukowego skierowanego do studentów. Studenci Uczelni Vistula oraz Wyższej Szkoły Turystyki i Rekreacji im. M. Orłowicza w Warszawie przygotowali i przeprowadzili projekt badawczy pod nazwą „Analiza wielkości spotkań i wydarzeń w regionach poza obszarem działania Convention Bureaux”. W ramach projektu studenci skontaktowali się z 2367 obiektami z wybranych regionów poprzez kontakt drogą elektroniczną.

Podsumowując obiekty, do których dotarła informacja o badaniu możemy stwierdzić, iż nastąpił znaczący wzrost ich liczby, co zostało udokumentowane w poniższym zestawieniu. W trakcie podsumowania danych został również wprowadzona procedura eliminująca ewentualne powtórzenia wynikające z podwójnego zbierania danych

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

within the framework of a science project addressed at students. The students of the Vistula University and the Mieczysław Orłowicz College of Tourism and Recreation in Warsaw prepared and ran a research project entitled “An analysis of the volume of meetings and events in the regions outside the scope of Convention Bureaux activities”. Under the project, the students electronically contacted 2367 venues from selected regions.

Summing up the venues to have received information on the survey, we can say that there has been a considerable increase in their number, which is documented in the list below. A procedure eliminating potential repetitions caused by double data collection was also introduced during data summarising. It is, however, worth noticing that the analysed venues make up only a fraction of all venues capable of holding meetings and events in the meetings industry. Still, these are venues cooperation with which may in the future give us detailed insights into the nature of the association meetings and corporate events organised in Poland.

Tab. 2. Liczba obiektów przekazujących dane statystyczne*
Table 2. Number of venues providing statistical data*

Rodzaj obiektu Venue type	Liczba obiektów Number of venues
hotele/hotels	95
centra konferencyjno-targowe/conference and fair centres	12
uczelnie wyższe wynajmujące sale (w celu organizacji spotkań)/ higher-education institutions leasing facilities for the hosting of meetings	4
obiekty kulturalne wynajmujące sale (w celu organizacji spotkań)/ cultural venues leasing facilities for the hosting of meetings and events	10
obiekty historyczne (zamki, pałace, dwory)/ historic venues (castles, palaces, manor houses)	10
inne/other	18
Razem/Total	149

* oprócz Krakowa. Źródło: Opracowanie własne/ * Kraków not included. Source: own study

Kopalnia Soli Wieliczka /
Wieliczka Salt Mine



CHARAKTERYSTYKA PRÓBY BADAWCZEJ/
CHARACTERISTICS OF THE SURVEY POPULATION

Analiza i wyniki badań

Raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry Report 2012” obejmuje analizę 27060 spotkań i wydarzeń z dziedziny gospodarki, kultury oraz polityki, które odbyły się w Polsce w 2011 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.

Hotel Krasicki w Lidzbarku Warmińskim laureat Best New Hotel Construction&Design
Hotel Krasicki in Lidzbark Warminski winner of Best New Hotel Construction & Design



Analiza ilościowa (liczba uczestników wg 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. 4).

Tab. 3. Sezonowość liczby spotkań wydarzeń w 2011 roku
Table 3. The seasonality of the number of meetings and events in 2011

Miesiące/Months	Liczba/Number	%
Styczeń / January	1661	6%
Luty / February	1874	7%
Marzec / March	2599	10%
Kwiecień / April	2420	9%
Maj / May	2865	11%
Czerwiec / June	2673	10%
Lipiec / July	1336	5%
Sierpień / August	1291	5%
Wrzesień / September	2947	11%
Październik / October	3012	11%
Listopad / November	2544	9%
Grudzień / December	1838	7%
Razem / Total	27060	100%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: Own study based on PCB PTO data.

ANALIZA I WYNIKI BADAŃ/SURVEY RESULTS AND ANALYSIS
ANALIZA ILOŚCIOWA (LICZBA UCZESTNIKÓW WG TEMATU I RODZAJU SPOTKANIA, LICZBA SPOTKAŃ, ROZKŁAD W CIĄGU ROKU)/
A QUANTITATIVE ANALYSIS (NUMBER OF PARTICIPANTS ACCORDING TO SUBJECT AND TYPE OF MEETING, NUMBER OF MEETINGS,
DISTRIBUTION OVER THE YEAR)

Survey results and analysis

The “Poland Meetings and Events Industry Report 2012” covers an analysis of 27060 meetings and events in the fields of the economy, culture, and politics, which were held in Poland in 2011. The report contains qualitative, quantitative, and economic analyses, which are mainly dedicated to the details concerning meetings and events, as well as brief analyses of individual issues.

A quantitative analysis (number of participants according to subject and type of meeting, number of meetings, distribution over the year)

The quantitative analysis begins with a breakdown of the months in which the most meetings and events were held (Table 4).

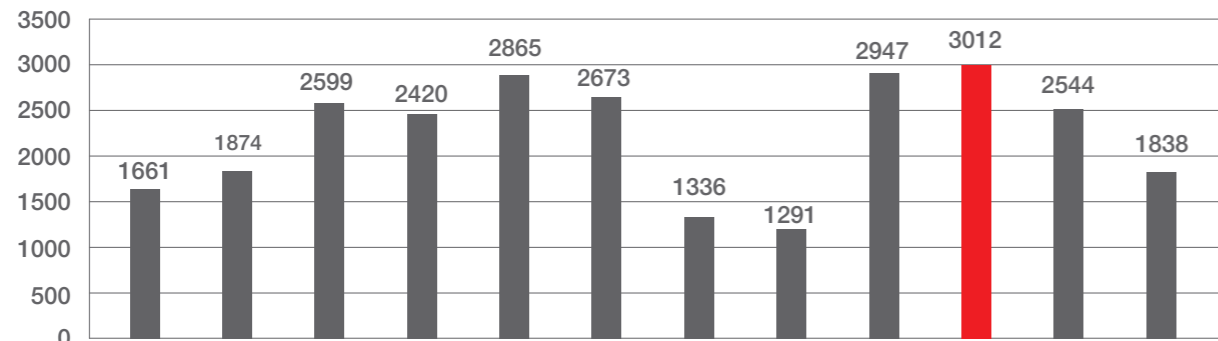
Najlepszym miesiącem z punktu widzenia liczby spotkań i wydarzeń okazał się październik, w którym odbyło się 3012 spotkań i wydarzeń, co dało 11% w skali roku. Na kolejnych miejscach zostały sklasyfikowane wrzesień (2947 – 11%) i maj (2865 – 11%). Następne były miesiące czerwiec i marzec. Natomiast lipiec i sierpień to okres, w którym odbyło się najmniej spotkań i wydarzeń (1336 - 5%, 1291 - 5%).

Okresem, w którym można zaobserwować stabilizację liczby spotkań są: maj i czerwiec, oraz wrzesień i październik (Rys.4).

According to the number of meetings and events, the best month turned out to have been October, which saw 3012 meetings and events, producing 11% on an annual scale. The next months were September (2947 – 11%) and May (2865 – 11%). June and March followed. July and August were the months with the lowest number of meetings and events (1336 – 5%, 1291 – 5%).

The periods of visible stability were May and June, and September and October (Fig.4).

Rys. 4 Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w 2011 roku
Fig. 4 The seasonal nature of meetings and events in 2011



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Istotnym elementem, który został zbadany jest czas trwania spotkań i wydarzeń w 2011 roku. I tak wszystkie wyżej omawiane spotkania zostały podzielone na trzy grupy ze względu na czas ich trwania. Prawie 93%, co daje 25103 wszystkich spotkań/wydarzeń trwało mniej niż 3 dni. (Tab. 5.) W tabeli 5. zostały również ujęte te, które trwały od 4 do 10 dni (1883 – prawie 7%) oraz powyżej 11 dni (0,27% i 74) (Rys. 5).

A significant element addressed in the study was the duration of the meetings and events in 2011. All the meetings and events were divided into three groups based on their duration. Nearly 93%, i.e. 25103 of all meetings/events lasted less than 3 days (Table 5). Table 5 also shows the meetings that lasted from 4 to 10 days (1883 – nearly 7%) and over 11 days (0.27% and 74) (Fig. 5).

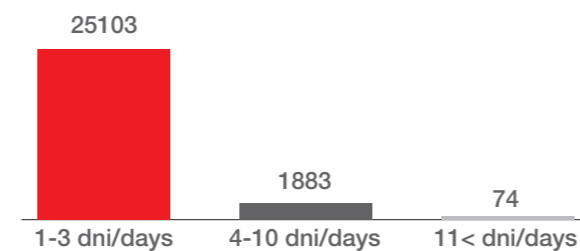
Tab. 4. Liczba spotkań i wydarzeń według długości
Table 4. Number of meetings and events according to duration

Liczba dni/Number of days	Liczba/Amount	%
1-3dni/days	25103	92,77%
4-10dni/days	1883	6,96%
11<dni/days	74	0,27%
Razem/Total	27060	100,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study base on PCB PTO data



Rys. 5. Liczba spotkań i wydarzeń według długości
Fig. 5. The number of meetings and events according to duration



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Analizie została również poddana liczba uczestników według rodzaju organizowanego spotkania lub wydarzenia. W 2011 roku wzięło w nich w Polsce udział 3687216 tys. uczestników. Spotkania i wydarzenia zostały podzielone na pięć rodzajów tematycznych, zgodnie z przyjętymi kategoriami przez regiony, miasta i obiekty przygotowujące lokalne opracowania. (Tab. 6)

The number of participants according to the type of meeting or event was also subjected to analysis. In Poland in 2011 meetings and events were attended by 3687216 people. Meetings and events were split up into five thematic areas according to the categories accepted by regions, cities, and venues preparing the local studies. (Table 6).

Tab. 5. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według rodzaju
Table 5. The number of participants in meetings and events by thematic area

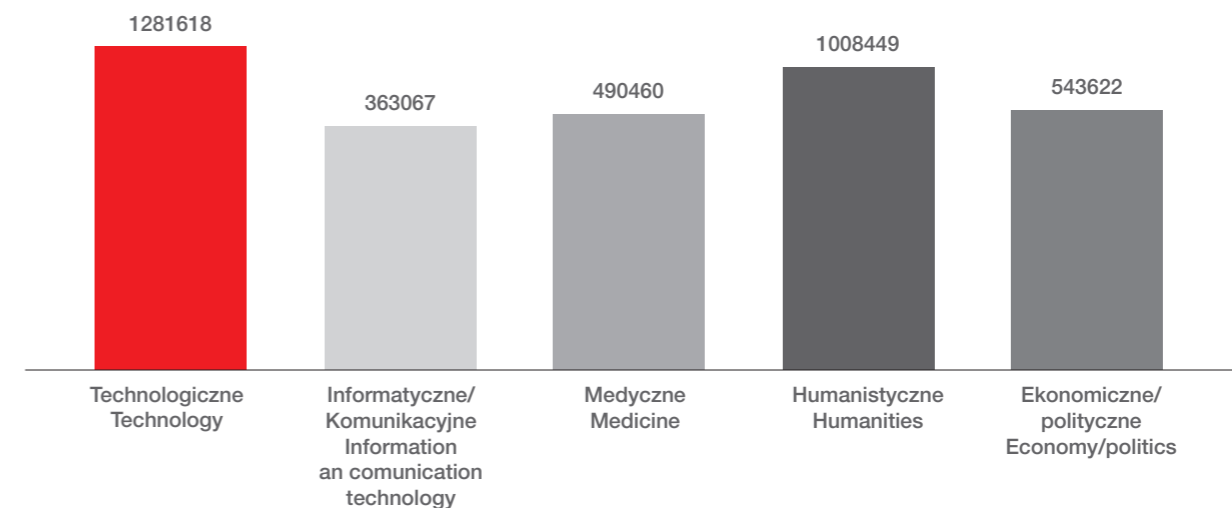
Rodzaj Spotkania Meeting type	Liczba uczestników Number of participants	%
technologiczne/technology	1281618	35%
informatyczno-komunikacyjne/information an comunication technology	363067	10%
medyczne/medicine	490460	13%
humanistyczne/humanities	1008449	27%
ekonomiczno-polityczne/economy/politics	543622	15%
Razem/Total	3687216	100%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Największą frekwencją cieszyły się spotkania/wydarzenia o charakterze technologicznym, w których w sumie wzięło udział 1281618 uczestników, co stanowiło 35% całości. Natomiast najmniejszą (10%) spotkania i wydarzenia tematycznie związane z informatyką i komunikacją – 363067 osób. (Rys. 6). 543622 uczestników wzięło udział w tych o tematyce związanej z ekonomią i polityką. Natomiast spotkania i wydarzenia o charakterze humanistycznym zgromadziły 1008449 uczestników czyli 27%, a o charakterze medycznym - 490460 uczestników, to jest 13% w skali roku.

The highest attendance was represented by technology meetings/events, which were attended by a total of 1281618 participants, making it 35% of the total number. The lowest (10%) was recorded in meetings and events associated with information and communication technology – 363067 people (Fig. 6). 543622 participants took part in meetings and events in economy and politics, while there were 1008449 participants at meetings and events in humanities. 1008449 participants, i.e. 27%. Meetings of a medical nature attracted 490460 participants, i.e. 13% on the annual basis

Rys. 6. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według ich rodzaju
Fig. 6. The number of participants in meetings and events by type



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

W ramach raportu została również wzięta pod uwagę liczba uczestników spotkań i wydarzeń w rozbiciu na cztery kategorie imprez: targi i wystawy, kongresy i konferencje, wydarzenia korporacyjne oraz wydarzenia motywacyjne (Tab. 7).

The report also covered the number of participants of meetings and events divided into the following four categories: trade fairs and exhibitions, congresses and conferences, corporate events, and incentive events (Table 7).

Tab. 6. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według kategorii
Table 6. The number of participants in meetings and events by category

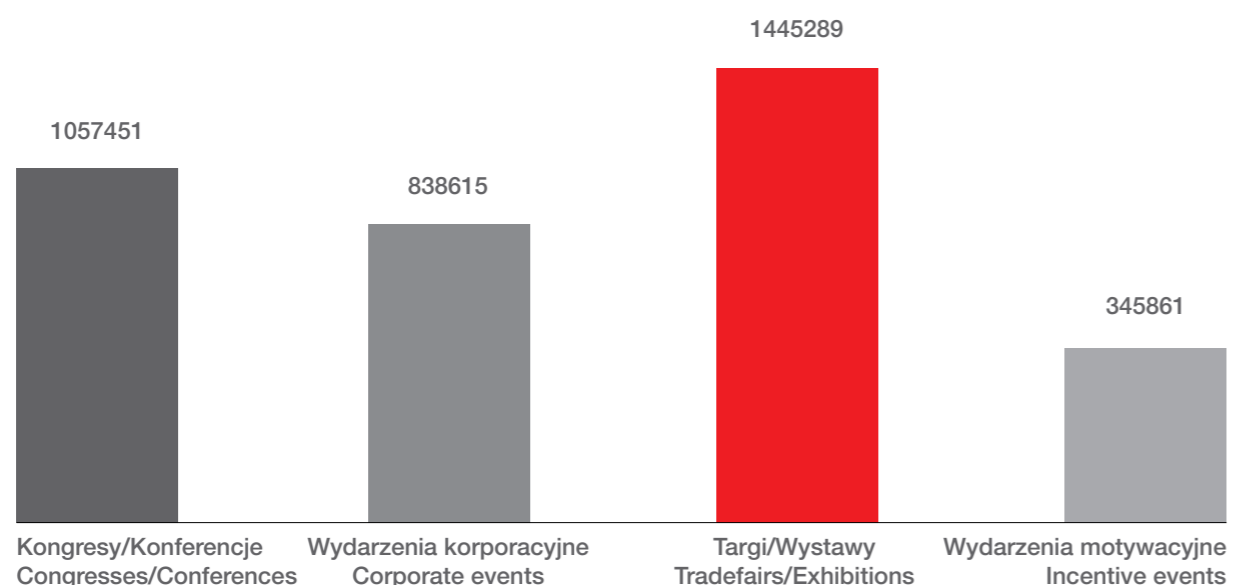
Kategoria Category	Liczba uczestników Number of participants	%
kongresy/konferencje/congresses/conferences	1057451	29%
wydarzenia korporacyjne/corporate events	838615	23%
targi/wystawy/tradefairs/exhibitions	1445289	39%
wydarzenia motywacyjne/incentive events	345861	9%
Razem/Total	3687216	100%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Ponad 39% wszystkich uczestników opisywanych spotkań i wydarzeń stanowili biorący udział w targach i wystawach, zgromadzili one 1445289 osób. Kolejną grupę stanowili uczestnicy kongresów i konferencji: 1057451 osób (29%) oraz wydarzeń korporacyjnych: 838615 uczestników (23%). Najmniej liczną kategorią jeśli chodzi o uczestnictwo okazały się wydarzenia motywacyjne (345861 uczestników - 9%) (Rys. 7).

Over 39% of all participants in the described meetings and events comprised those taking part in fairs and exhibitions, which gathered 1445289 people. Another group was made up of congress and conference attendees: 1057451 people (29%) and corporate events participants: 838615 people (23%). The least numerous category was incentive events (345861 participants - 9%) (Fig. 7).

Rys. 7. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach wg rodzaju
Fig. 7. The number of participants in meetings and events by category



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/ Source: own study based on PCB PTO data

Analizie poddano ponadto liczbę uczestników w podziale na poszczególne miesiące (Tab. 8.).

Na tej podstawie zostały określone miesiące, w których najwięcej uczestników brało udział w spotkaniach i wydarzeniach w Polsce. I tak pierwsze miejsce zajmuje marzec, kiedy wzięło w nich udział 591 805 uczestników, co stanowiło 16% w kontekście całego roku. Na drugim miejscu sklasyfikowany został wrzesień z 481455 uczestnikami (13%).

Ponadto więcej niż 390 tysięcy uczestników wzięło udział w spotkaniach i wydarzeniach w takich miesiącach jak: październik (448607) oraz listopad (393441). Miesiącem, w którym odnotowano najmniejszą liczbę uczestników okazał się: lipiec, który z 97597 uczestnikami zajął ostatnie miejsce w skali roku (gromadząc 3% osób). (Rys. 8).

The number of participants divided into individual months was also subjected to analysis (Table 8).

This served as the basis for defining the months, which saw the highest numbers of people participating in meetings and events in Poland. And so, the first place is taken by March, which saw the attendance of 591 805 participants, i.e. 16% in the context of the entire year. It was followed by September, with 481455 participants (13%).

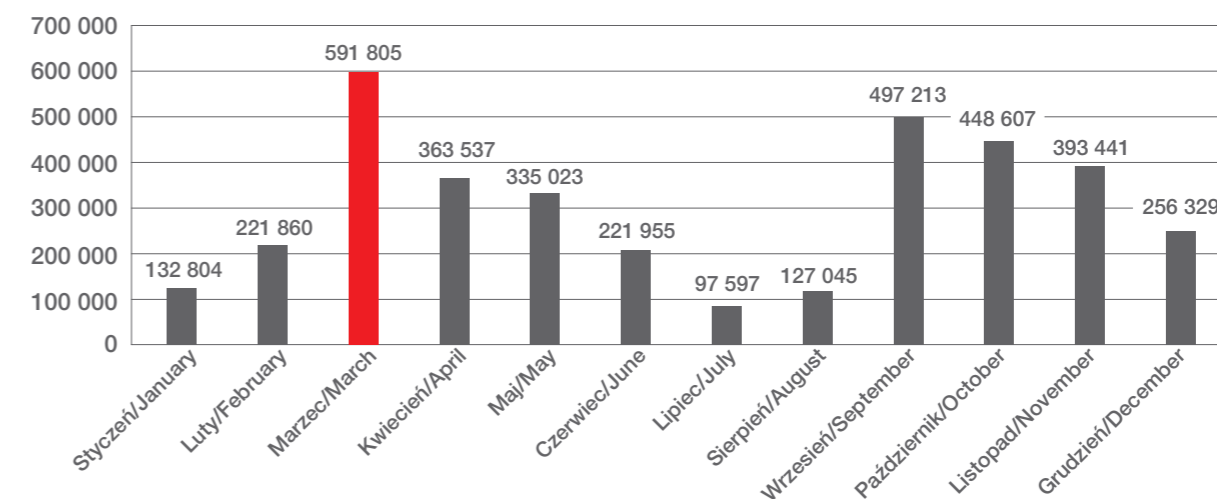
Furthermore, more than 390 thousand participants attended meetings and events during the months of October (448607) and November (393441). The month with the lowest number of participants was July, which took last place that year with 97597 participants (gathering 3% people). (Fig. 8).

Tab. 7. Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach
Table 7. The seasonality of the number of participants in meetings and events

Miesiąc Month	Liczba Number	%
Styczeń / January	132 804	4%
Luty / February	221 860	6%
Marzec / March	591 805	16%
Kwiecień / April	363 537	10%
Maj / May	335 023	9%
Czerwiec / June	221 955	6%
Lipiec / July	97 597	3%
Sierpień / August	127 045	3%
Wrzesień / September	497 213	13%
Październik / October	448 607	12%
Listopad / November	393 441	11%
Grudzień / December	256 329	7%
Razem / Total	3 687 216	100%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Rys. 8. Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w 2011 roku
Fig. 8. The number of participants in meetings and events by month



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

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

Analizę jakościową spotkań i wydarzeń odbywających się na terenie Polski rozpoczynamy od charakterystyki uczestników według miejsca pochodzenia. I tak w 2011 roku odbywały się one głównie z udziałem polskich uczestników, o czym świadczy podobnie jak w roku ubiegłym analiza z podziałem na kraje i kontynenty. Ze względu na różnorodny charakter zostało stworzonych pięć grupy geograficznych, przy czym Polska została uwzględniona oddzielnie.

A qualitative analysis of events (category and type of meeting, and origin of participants)

The qualitative analysis of meetings and events taking place in Poland begins with the description of the participants according to their place of origin. And so, in 2011 they were conducted mainly with the attendance of Polish participants, which much like last year is proven by the analysis with division into countries and continents. Five geographic groups were created due to their diverse nature, with a separate group for Poland.

They were assigned to the aforementioned groups on the basis of the analyses of 27060 meetings and events.

3.3.2.

Analizowane 27060 spotkań i wydarzeń zostało dopasowanych do ww. grup. (Tab. 9). 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.

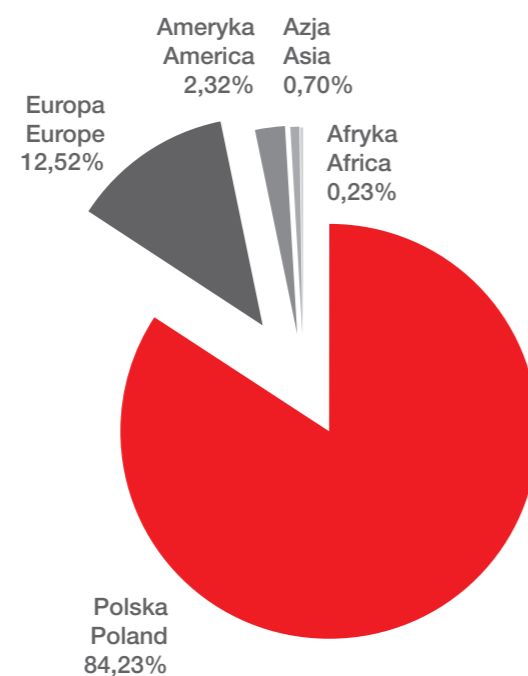
Tab. 8. Liczba spotkań i wydarzeń według miejsca pochodzenia uczestników
Table 8. Number of meetings and events by origin of the participants

Kraje/Countries	Liczba/Number	%
Polska/Poland	22793	84,23%
Europa/Europe	3388	12,52%
Ameryka/America	628	2,32%
Azja/Asia	189	0,70%
Afryka/Africa	62	0,23%
Razem/Total	27060	100%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

22793 spotkań i wydarzeń zgromadziło uczestników z Polski, co w sumie dało 84,23% wszystkich spotkań. Kolejną grupę (12,52%) stanowiły spotkania z uczestnikami w większości pochodzącymi z krajów europejskich (3388 spotkań i wydarzeń). Pozostałą część tworzyła grupa imprez z delegatami pochodzącymi z Ameryki 2,32%, Azji 0,70% i Afryki 0,23% (Rys. 9).

Rys. 9. Liczba spotkań i wydarzeń według miejsca pochodzenia uczestników
Fig. 9. The number of meetings and events by place of origin of participants



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

(Table 9). Due to difficulties in defining the group nationality, the accepted model was that of the majority of participants originating from a given country or geographic area. Due to its simple form, the prepared form does not contain any detailed information concerning the individual participants, thus the obtained information was prepared mainly by the organisers on the basis of contacts with the clients.

22793 meetings and events took place with participants from Poland, which gave a total of 84.23% of all meetings. The next group (12.52%) was composed of meetings

with participants mainly from European countries (3388 meetings and events). The remaining part was comprised by a group of events with delegates from America (2.32%), Asia (0.70%) and Africa (0.23%) (Fig. 9).

Analizą jakościową objęto również podział na rodzaje spotkań i wydarzeń z punktu widzenia przedmiotu nauk, któremu poświęcona była impreza (Tab. 10). Największą grupę z nich (26%) stanowiły spotkania i wydarzenia z zakresu nauk humanistycznych (7126). Kolejne miejsce zajmują spotkania i wydarzenia z grupy nauk technologicznych - 7005 (26%) oraz te z grupy nauk ekonomiczno-politycznych - 5608 (21%).

Tab. 9. Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju
Table 9. Number of meetings and events by type

Rodzaj/Type	Liczba / Number	%
ekonomiczne/polityczne/economy/politics	5608	21%
humanistyczne/humanist	7126	26%
medyczne/medical	3717	14%
informatyczne/komunikacyjne/information and communication technologies	3604	13%
technologiczne/technology	7005	26%
Razem/Total	27060	100%

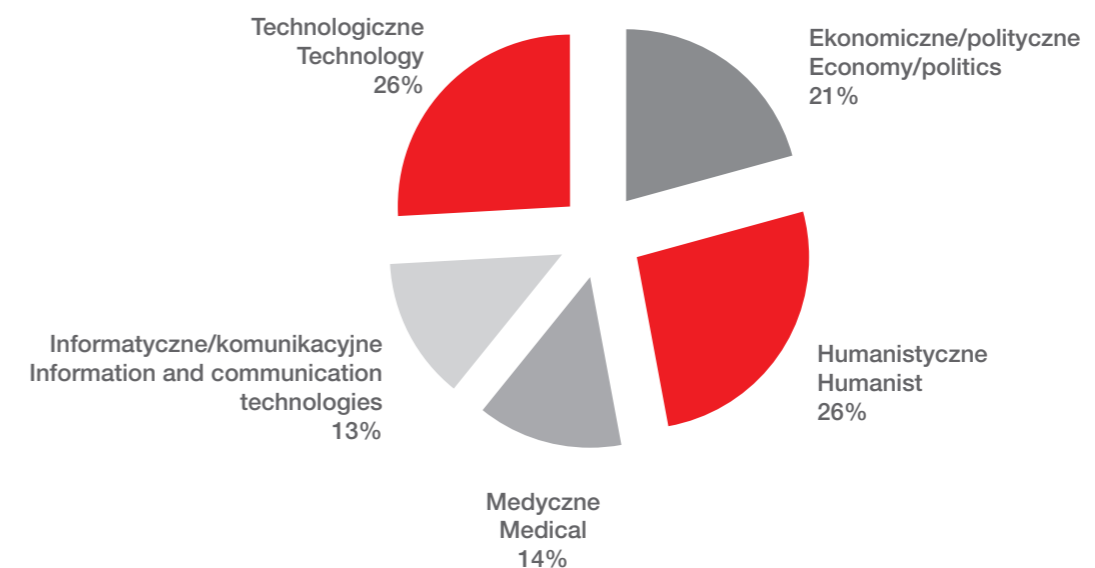
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Na dalszych pozycjach znalazły się spotkania i wydarzenia poświęcone tematyce medycznej - 3717 (14%) oraz informatyczne i komunikacyjne - 3604 (13%) (Rys. 10).

The qualitative analysis also covered the division into meeting and event types from the viewpoint of the science subject that a given event was dedicated to. (Table 10). In this case, the largest group (26%) comprised meetings and events in the field of humanities (7126). They were followed by the meetings and events in technology - 7005 (26%), and those in the group of economy and politics - 5608 (21%). Further places were taken by the meetings

and events dedicated to medical - 3717 (14%) and information and communication technologies - 3604 (13%) issues (Fig. 10).

Rys. 10. Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju
Fig. 10. The number of meetings and events by type



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Przeprowadzono także charakterystykę wszystkich spotkań i wydarzeń w podziale na kategorie. Określone zostały ich liczba oraz udział procentowy (Tab. 11).

Największą grupę stanowiły wydarzenia korporacyjne, których w 2011 roku odbyło się 10715, czyli 40% wszystkich omawianych. Kolejną kategorią były kongresy i konferencje - 9873 (36%). Wydarzenia motywacyjne zajęły trzecie miejsce z 4051 imprezami, co dało 15%. Najmniej liczną z analizowanych kategorii były targi i wystawy, których odbyło się w sumie 2421 i stanowiły 9% całości (Rys. 11).

A characteristics of all meetings and events with a division into categories was also performed, specifying their number and percentage share.

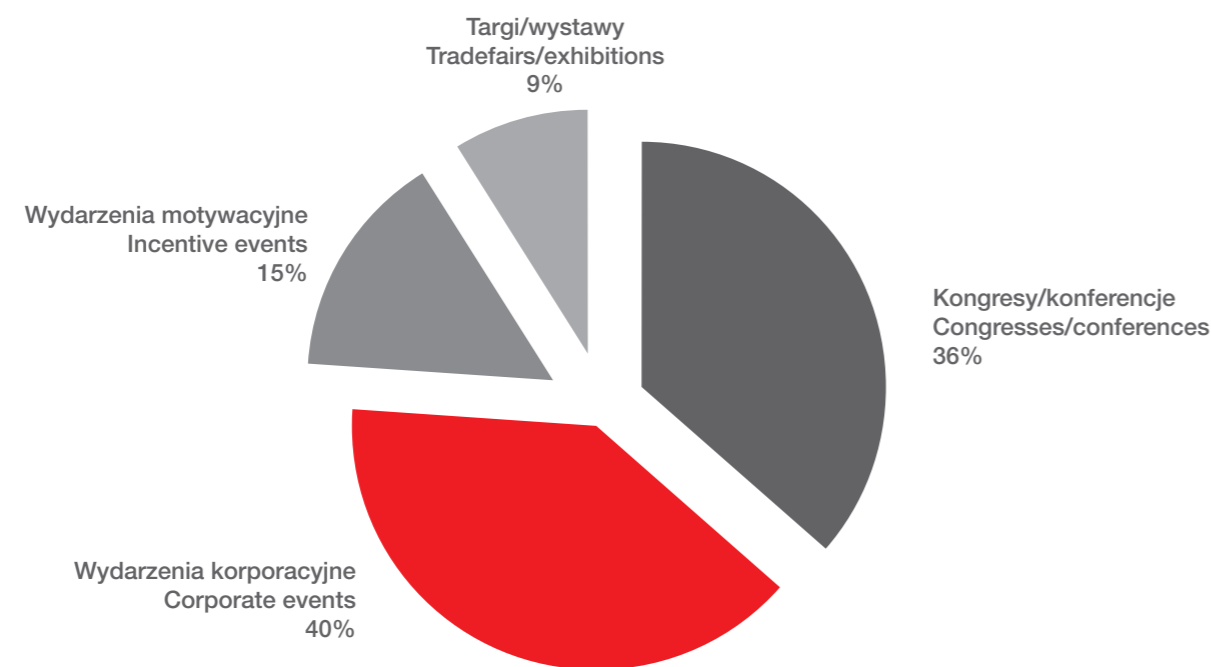
The largest group was comprised of corporate events, 10715 in 2011, i.e. 40% of all studied. This was followed by congresses and conferences - 9873 (36%). Incentive travel took third place with 4051 events, i.e. 15%. The least numerous category was that of trade fairs and exhibitions, with a total of 2421 held, which gave them 9% of the total (Fig. 11).

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

Kategoria Category	Liczba Number	%
kongresy/konferencje/congresses/conferences	9873	36%
wydarzenia korporacyjne/corporate events	10715	40%
wydarzenia motywacyjne/incentive events	4051	15%
targi/wystawy/tradefairs/exhibitions	2421	9%
Razem/Total	27060	100%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Rys. 11. Liczba spotkań i wydarzeń według kategorii
Fig. 11. The number of meetings and events by category

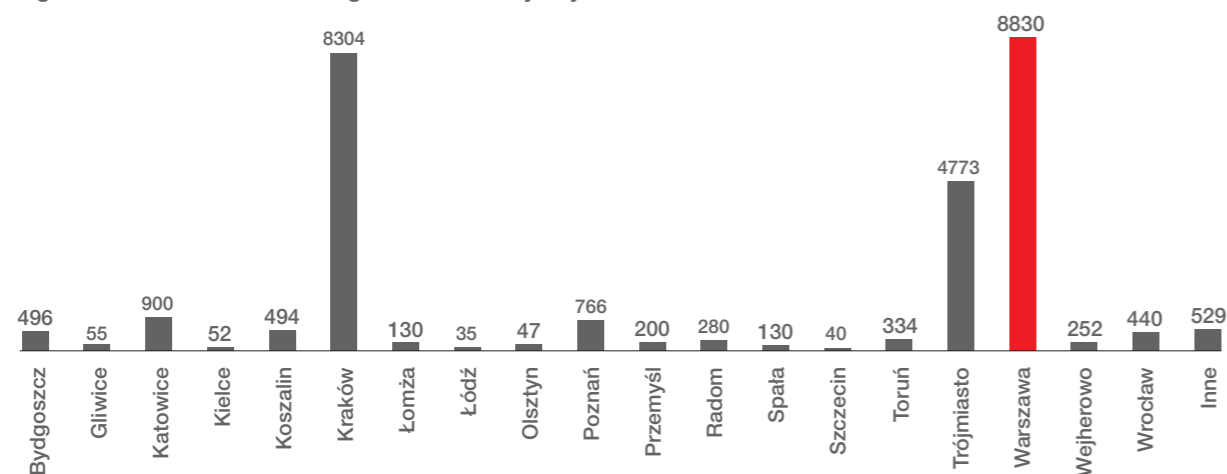


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Analiza przemysłu spotkań w Polsce stwarza możliwość porównania liczby spotkań i wydarzeń o charakterze społecznym, gospodarczym, biznesowym i politycznym zorganizowanych w poszczególnych miastach (Rys. 12).

An analysis of the meetings industry in Poland makes it possible to compare the number of meetings and events of a social, economic, business, and political nature organised in individual cities (Fig. 12).

Rys. 12. Liczba spotkań i wydarzeń według miast
Fig. 12. The number of meetings and events by city



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

CHARAKTERYSTYKA JAKOŚCIOWA IMPREZ (KATEGORIA I RODZAJ SPOTKAŃ, MIEJSCE POCHODZENIA UCZESTNIKÓW)/
A QUALITATIVE ANALYSIS OF EVENTS (CATEGORY AND TYPE OF MEETING, AND ORIGIN OF PARTICIPANTS)

Do tegorocznej edycji raportu zostały przekazane dane z siedmiu regionalnych Convention Bureaux, z którymi współpracuje Poland Convention Bureau POT. Oprócz tego zostały dodane informacje pozyskane bezpośrednio od obiektów, które funkcjonują na terenie nie objętym działaniami lokalnych Convention Bureaux 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 lokalne Convention Bureaux. Pozostałe dane zostały ujęte w grupie „Inne”.

Podsumowane dane dały obraz spotkań i wydarzeń, które odbywały się na terenie polskich miast w 2011 roku. Liczba spotkań i wydarzeń w poszczególnych miastach wyglądała następująco: Warszawa – 8830 (32,63%), Kraków – 8304 (30,69%), Trójmiasto 4773 (17,64%), Katowice – 900 (3,33%), Poznań – 766 (2,83%), Bydgoszcz – 496 (1,83%), Wrocław – 440 (1,63%), Toruń – 334 (1,23%). (Tab. 12)

This year's report received data from seven regional Convention Bureaux cooperating with the Poland Convention Bureau of PTO. This was supplemented by information obtained directly from the venues operating outside of the area covered by the operations of local Convention Bureaux, and statistical data submitted by recommended congress and incentive trip organisers. The information presented below shows the number of the meetings, presented on the basis of the data submitted by the local Convention Bureaux. The remaining data was placed in the group "Other".

The summarised data provided a picture of meetings and events held in Polish cities in 2011. The number of meetings and events in individual cities was as follows: Warszawa – 8830 (32.63%), Kraków – 8304 (30.69%), Tricity 4773 (17.64%), Katowice – 900 (3.33%), Poznań – 766 (2.83%), Bydgoszcz – 496 (1.83%), Wrocław – 440 (1.63%), Toruń – 334 (1.23%). (Table 12).

Tab. 11. Liczba spotkań i wydarzeń według miast
Table 11. Number of meetings and events by city

Miasto City	Liczba spotkań i wydarzeń Number of meetings and events	%
Bydgoszcz	496	1,83%
Gliwice	55	0,20%
Katowice	900	3,33%
Kielce	52	0,19%
Koszalin	494	1,83%
Kraków	8304	30,69%
Łomża	130	0,48%
Łódź	35	0,13%
Olsztyn	47	0,17%
Poznań	766	2,83%
Przemyśl	200	0,74%
Radom	280	1,03%
Spala	103	0,38%
Szczecin	40	0,15%
Toruń	334	1,23%
Trójmiasto	4773	17,64%
Warszawa	8830	32,63%
Wejherowo	252	0,93%
Wrocław	440	1,63%
Inne	529	1,95%
Razem/Total	27060	100,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Muzeum Pałac w Wilanowie /
The Wilanów Palace Museum



Hotel Hilton, Gdańsk
Hilton Hotel, Gdańsk



CHARAKTERYSTYKA JAKOŚCIOWA IMPREZ (KATEGORIA I RODZAJ SPOTKAŃ, MIEJSCE POCHODZENIA UCZESTNIKÓW)/
A QUALITATIVE ANALYSIS OF EVENTS (CATEGORY AND TYPE OF MEETING, AND ORIGIN OF PARTICIPANTS)

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 2011 roku największa liczba kongresów i konferencji odbyła się w Warszawie (3066). Następnie zostało sklasyfikowane Trójmiasto (2316), Kraków (1582). Kolejnymi miastami były Katowice (517), Wrocław (225), Poznań (408), Bydgoszcz (359), oraz Toruń (178).

Biorąc pod uwagę wydarzenia korporacyjne, zgodnie z przedstawionymi danymi najistotniejszą rolę odgrywa Kraków (5000), a ranking zamykają Kielce. Natomiast kategorię, w której Kraków znalazł się na drugim miejscu są wydarzenia motywacyjne (1471). Przed nim została ujęta Warszawa (1663), a na trzecim miejscu zostało sklasyfikowane Trójmiasto (429).

Ostatnią kategorią, która była brana pod uwagę były targi i wystawy. Przekazane przez miejskie i regionalne Convention Bureaux opracowania wskazują, że największa liczba tego rodzaju wydarzeń odbyła się w Warszawie (1342), Krakowie (251), Poznaniu (33) oraz Kielcach (46). (Rys. 13)

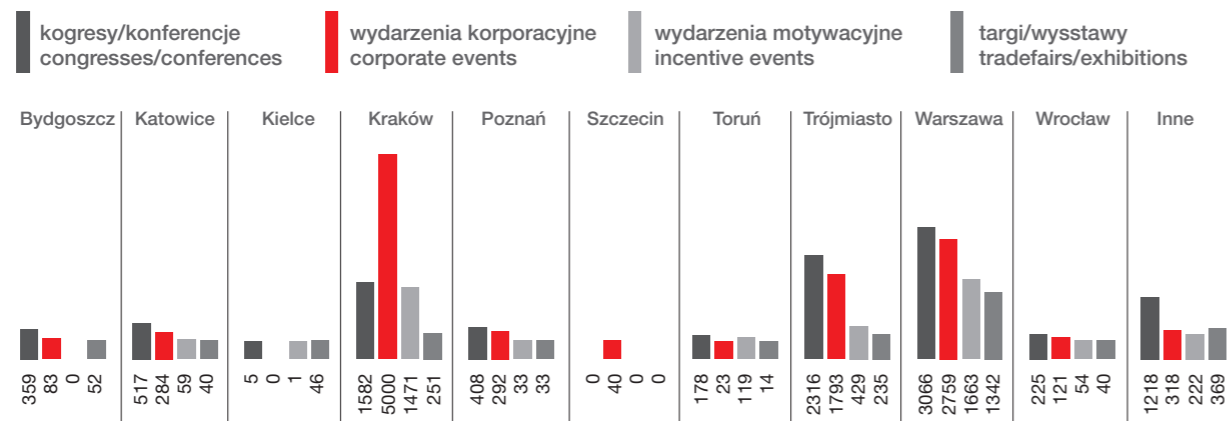
The collected data was also used to prepare a listing of the number of meetings and events with a division into categories and location.

Based on the collected data, it is possible to state that in 2011 the highest number of congresses and conferences was held in Warsaw (3066), followed by the Tricity (2316), and Kraków (1582). The next cities were Katowice (517), Wrocław (225), Poznań (408), Bydgoszcz (359), and Toruń (178).

According to the presented data, in the case of corporate events, the most significant role was played by Kraków (5000), while Kielce closed the ranking. The category in which Kraków took second place was incentive events (1471), while the first place was taken by Warsaw (1663), and Tricity was classified third (429).

The final considered category was that of trade fairs and exhibitions. The studies handed over by the city and regional Convention Bureaux indicate that the largest number of such events was held in Warsaw (1342), Kraków (251), Poznań (33), and Kielce (46). (Fig. 13).

Rys. 13. Liczba spotkań i wydarzeń w miastach według kategorii
Fig. 13. The number of meetings and events in cities by category



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Tab. 12. Liczba spotkań i wydarzeń w miastach według kategorii
Table 12. The number of meetings and events in cities by category

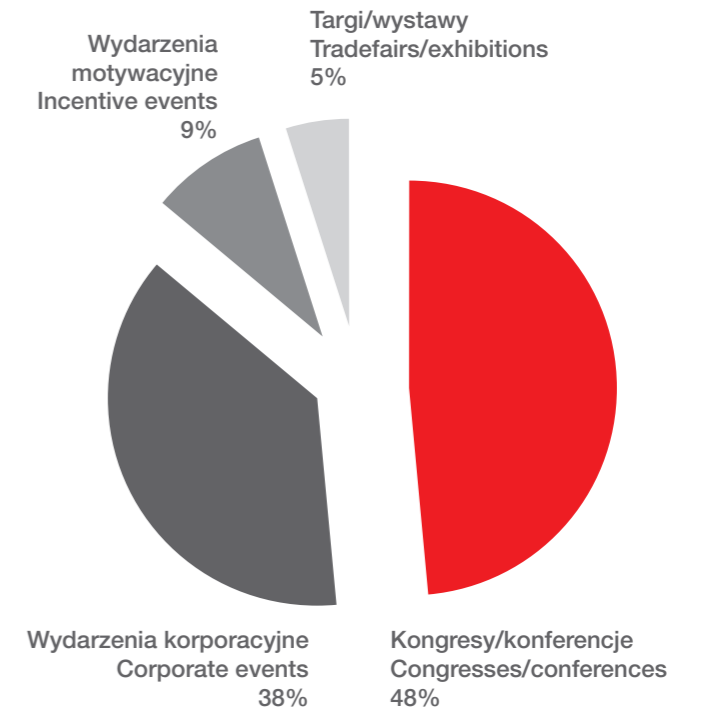
Miasto/kategoria City/category	Kongresy/konferencje Congresses/ conferences	Wydarzenia korporacyjne Corporate events	Wydarzenia motywacyjne Incentive events	Targi/wystawy Tradefairs/exhibitions	Suma Total
Bydgoszcz	359	83	0	52	494
Katowice	517	284	59	40	900
Kielce	5	0	1	46	52
Kraków	1582	5000	1471	251	8304
Poznań	408	292	33	33	766
Szczecin	0	40	0	0	40
Toruń	178	23	119	14	334
Trójmiasto	2316	1793	429	235	4773
Warszawa	3066	2759	1663	1342	8830
Wrocław	225	121	54	40	440
Inne	1218	318	222	369	2127
Razem / Total	9874	10713	4051	2422	27060

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

CHARAKTERYSTYKA JAKOŚCIOWA IMPREZ (KATEGORIA I RODZAJ SPOTKAŃ, MIEJSCE POCHODZENIA UCZESTNIKÓW)/
A QUALITATIVE ANALYSIS OF EVENTS (CATEGORY AND TYPE OF MEETING, AND ORIGIN OF PARTICIPANTS)

Rys. 14. Spotkania i wydarzenia w Trójmieście w 2010 roku (%)
Fig. 14. Meetings and events in Tricity in 2010 (%)

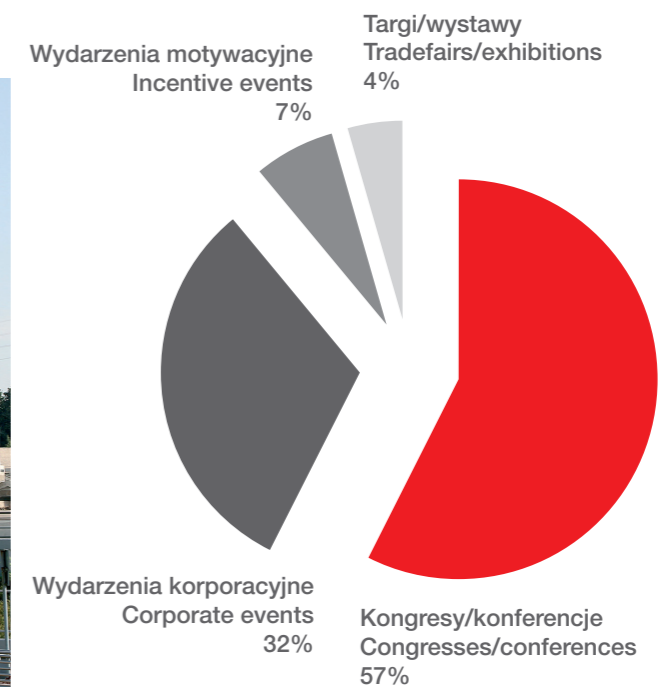
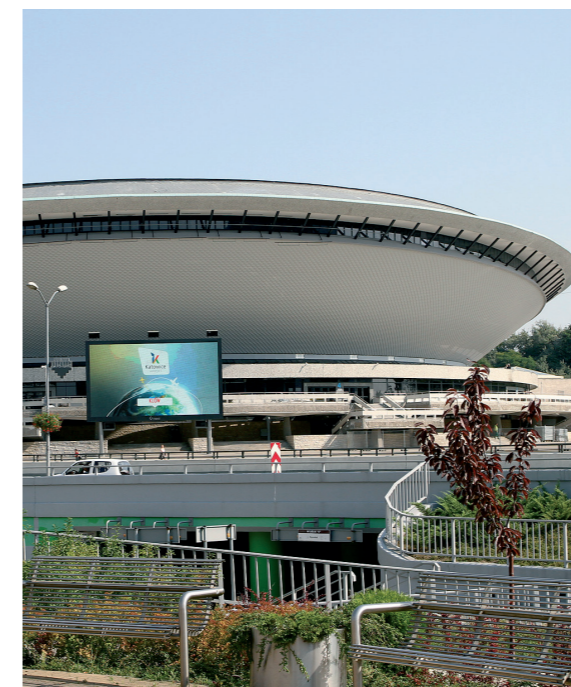
Trójmiasto



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Rys. 15. Spotkania i wydarzenia w Katowicach w 2010 roku (%)
Fig. 15. Meetings and events in Katowice in 2010 (%)

Katowice

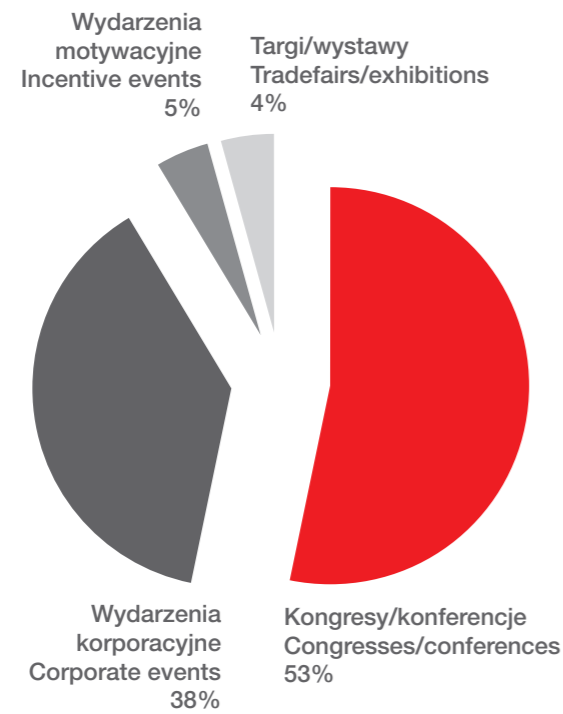


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

CHARAKTERYSTYKA JAKOŚCIOWA IMPREZ (KATEGORIA I RODZAJ SPOTKAŃ, MIEJSCE POCHODZENIA UCZESTNIKÓW)/
A QUALITATIVE ANALYSIS OF EVENTS (CATEGORY AND TYPE OF MEETING, AND ORIGIN OF PARTICIPANTS)

Rys. 16. Spotkania i wydarzenia w Poznaniu w 2011 roku (%)
 Fig. 16. Meetings and events in Poznań in 2011 (%)

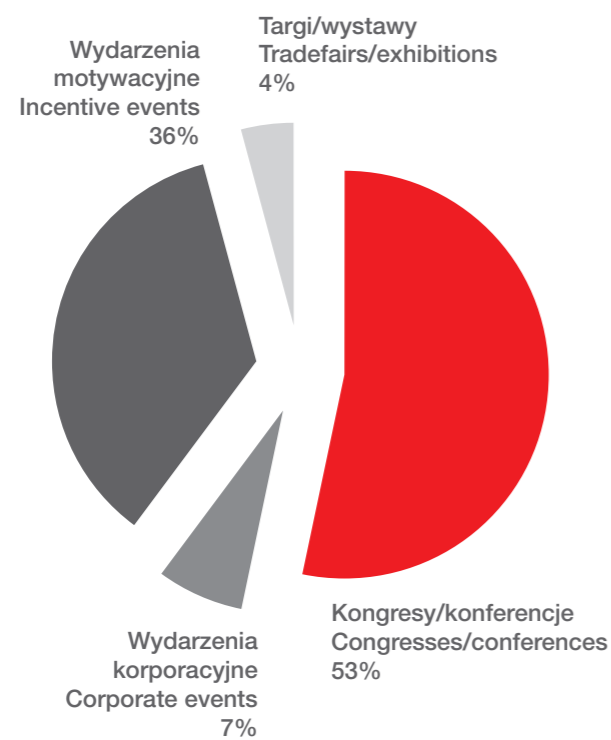
Poznań



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Rys. 17. Spotkania i wydarzenia w Toruniu w 2011 roku (%)
 Fig. 17. Meetings and events in Toruń in 2011 (%)

Toruń



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Rys. 18. Spotkania i wydarzenia w Warszawie w 2011 roku (%)
 Fig. 18. Meetings and events in Warsaw in 2011 (%)

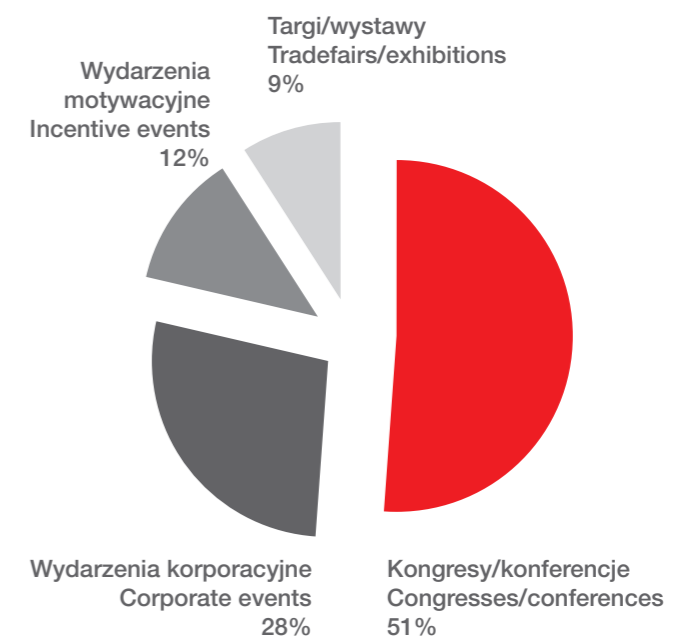
Warszawa



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Rys. 19. Spotkania i wydarzenia we Wrocławiu w 2011 roku (%)
 Fig. 19. Meetings and events in Wrocław in 2011 (%)

Wrocław



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Rys. 20. Spotkania i wydarzenia w Kielcach w 2011 roku (%)
Fig. 20. Meetings and events in Kielce in 2011 (%)

Kielce



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Rys. 21. Spotkania i wydarzenia w Krakowie w 2011 roku (%)
Fig. 21. Meetings and events in Kraków in 2011 (%)

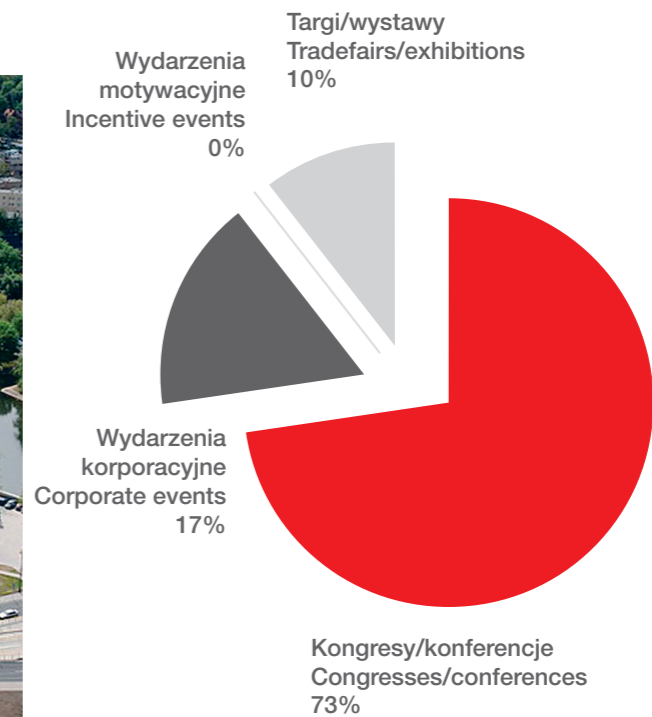
Kraków



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Rys. 22. Spotkania i wydarzenia w Bydgoszczy w 2011 roku (%)
Fig. 22. Meetings and events in Bydgoszcz in 2011 (%)

Bydgoszcz



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Analiza ekonomiczna spotkań i wydarzeń w Polsce w roku 2011 (wybrane aspekty)

Dla ekonomicznej analizy spotkań i wydarzeń, które odbyły się w Polsce w 2011 roku kluczowe jest posiadanie informacji na temat wielkości i struktury wydatków ponoszonych przez ich uczestników. Dane takie powinny być pozyskane od delegatów lub/i organizatorów, natomiast aktualnie jest to bardzo trudne i wielu przypadkach nie możliwe do zrealizowania.

Szczegółowa analiza ekonomiczna może być przeprowadzona jedynie w sytuacji, w której wszystkie dane będą jawne, począwszy od rodzaju, czasu trwania i lokalizacji danego spotkania, a skończywszy na charakterystyce uczestników łącznie z miejscem ich pochodzenia.

Przemysł spotkań, w ramach którego koordynowane są liczne spotkania kreuje popyt na usługi związane z różnymi dziedzinami gospodarki. Kongresy, konferencje czy podróże motywacyjne to kluczowe spotkania m.in. dla przedsiębiorstw zajmujących się:

- zakwaterowaniem – baza noclegowa o różnym charakterze; często powiązana z zapleczem konferencyjnym oraz cateringiem;
- wynajmowaniem powierzchni targowo-konferencyjnej – centra kongresowe, hale, obiekty postindustrialne;

An economic analysis of meetings and events in Poland in 2011 (selected aspects)

It is a crucial factor for the economic analysis of meetings and events that took place in Poland in 2011 is to have the data on the volume and structure of expenditures incurred by their participants. Such data should be obtained from delegates or/and organisers, however it is currently very difficult, and in many cases even impossible.

A detailed economic analysis may be performed only in a situation where all the data are public starting from the type, duration, and location of a given meeting, and ending with the characteristics of its attendants and their places of origin.

The meetings industry, within which numerous meetings are coordinated, creates demand for services connected with various areas of the economy. Congresses, conferences, and incentive trips are key meetings, e.g. for enterprises dealing in:

- accommodation – the accommodation base of a varied nature; often connected with conference facilities and catering,
- leasing fair and conference space – congress centres, halls, post-industrial sites
- catering – companies servicing and coordinating meals during meetings
- the organisation and coordination of meetings – travel

3.3.3.

- cateringiem – firmy obsługujące i koordynujące posiłki podczas spotkań;
- organizacją i koordynacją spotkań – biura podróży, specjalistyczne firmy, profesjonalni organizatorzy kongresów, organizatorzy podróży motywacyjnych, wystaw i targów;
- transportem – przewoźnicy autokarowi, lotniczy, wodni oraz operatorzy specjalnych środków transportu jak za- bytkowych tramwajów, pociągów, samochodów;
- atrakcjami turystycznymi – parki rozrywki, kina, zabytki historyczne.

Zebrane dane za rok 2011 dotyczą jedynie wybranych cech spotkań i nie zawierają informacji dotyczących uczestników spotkań. Takie ujęcie powoduje, iż nie można dokonać szczegółowej analizy ekonomicznych efektów spotkań i wydarzeń. Możliwe jest natomiast przedstawienie wkładu spotkań i wydarzeń biznesowych w wykorzystanie bazy noclegowej w 2011 roku.

Zachowania uczestników spotkań są zróżnicowane zależnie od charakteru tych wydarzeń. Biorąc to pod uwagę możemy oszacować wielkość popytu na usługi noclegowe. Szacunek ten należy jednak oprzeć na następujących założeniach:

- tylko około 10% podanej liczby uczestników targów i wystaw korzysta z noclegów;
- uczestnicy wydarzeń w wielkich miastach, łatwo dostępnych komunikacyjnie, są mniej skłonni do korzystania z usług noclegowych, dotyczy to szczególnie wydarzeń jednodniowych;
- pewna (ok. 5%) część uczestników analizowanych wydarzeń korzysta z bazy indywidualnego zakwaterowania (apartamenty wynajęte przez firmy, mieszkania krewnych i znajomych).

Dodatkowym utrudnieniem jest fakt, że dane zebrane dla obecnej edycji raportu nie zawierają dokładnej informacji na temat czasu trwania poszczególnych wydarzeń, ograniczając się jedynie do podania przedziałów czasowych, do których zostały zakwalifikowane. W związku z tym przyjęto,

agencies, specialist companies, professional congress organisers, incentive trip, fairs and exhibitions organisers,

- transport – bus, air, and water carriers and operators of special means of transport such as historic trams, trains, and vehicles,
- tourist attractions – theme parks, cinemas, historic buildings.

The data collected for 2011 concern only the selected features of meetings and do not contain information on their participants. This makes it impossible to conduct a detailed analysis of the economic results of meetings and events, though allows the presentation of the contribution of business meetings and events in the use of the accommodation base in 2011.

The behaviour of participants in meetings vary depending on the nature of a given event. Taking this into account, we can estimate the volume of demand on accommodation. However, this estimate must be based on the following principles:

- only approximately 10% of the presented number of fair and exhibition participants take advantage of accommodation;
- the participants in events held in large cities with easy transport access are less likely to need accommodation services – this is particularly true for single-day events;
- a certain part (approx. 5%) of the participants in the analysed events uses individual accommodation (apartments rented by companies, homes of relatives, friends).

An additional difficulty was presented by the fact that the data collected for the current edition of the report did not contain precise information on the duration of individual events, and was limited to providing only the time spans to which they were classified. Due to the above, it was accepted that in 2011 the structure of the duration of meetings in individual cities was the same as in the previous years.

że w 2011 roku w poszczególnych miastach struktura spotkań pod względem czasu trwania była taka sama, jak w latach ubiegłych.

Przedstawiona poniżej ocena efektów ekonomicznych przemysłu spotkań została przeprowadzana według schematu zbudowanego z dwóch części. Pierwsza z nich pokazuje znaczenie przemysłu spotkań dla bazy hotelarskiej wybranych miast w Polsce, druga zawiera ocenę jego wkładu w gospodarkę.

Wpływ przemysłu spotkań na działalność bazy hotelarskiej w wybranych województwach Polski

Bezpośredni wpływ spotkań i wydarzeń na działalność hoteli obejmuje:

- wpływy ze sprzedaży usług noclegowych – stanowiące podstawowe źródło przychodów hoteli,
- wpływy z konferencji, spotkań korporacyjnych, wystaw i targów organizowanych na terenie hotelu - obejmujące opłatę za udostępnienie sali wraz z wyposażeniem, a ponadto wpływy ze sprzedaży usług cateringowych i ewentualnie opłaty za specjalne pakiety usług, np. spa.

Zebrane dane umożliwiły oszacowanie jedynie pierwszej z wymienionych wielkości. Od tego roku zostały wprowadzone do analizy ekonomicznej dane z piętnastu województw w skład których wchodzi również dane z takich miast jak: Bydgoszcz, Gdańsk, Katowice, Kielce, Kraków, Poznań, Szczecin, Toruń, Warszawa, Wrocław.

Bazując na danych z lat ubiegłych założono, iż jeśli chodzi o czas trwania, to spotkania zaklasyfikowane do przedziału 1-3 dni dzielą się w następujący sposób - spotkania 1-dniowe stanowiły 40%, 2-dniowe - 40%, 3-dniowe - 20%). Następnie założono, iż średni czas trwania spotkania z grupy 4-10 dni to 6 dni. Co do grupy spotkań trwających ponad 11 dni założono, iż średni czas ich trwania to 17 dni. Oznacza to iż, w spotkaniach 1-3-dniowych wzięło udział 3420630 uczestników co wygenerowało 2736704 noclegów. W spotkaniach 4-10 -dniowych 256631 uczestników, co wygenerowało 1539786 noclegów, a spotkania powyżej 11 dni wygenerowały 169235 noclegów i wzięło w nich udział 9955 uczestników.

The evaluation of the economic effects of the meetings industry presented below was made according to a two-part scheme. The first part is dedicated to presenting the importance of the meetings industry to the hotel base of selected Polish cities; the second contains the evaluation of its contribution to the economy.

The influence of the meetings industry on the operations of the hotel base in selected Polish voivodeships

The direct influence of the meetings industry on the operations of the hotel base in selected Polish voivodeships covers the following:

- income from the sales of accommodation services, which are the basic source of hotel income,
- income from conferences, corporate meetings, exhibitions and fairs organised in hotels, which cover venue and equipment access fees, as well as income from the sales of catering services and potential fees for special service packages, e.g. spa.

The collected data allowed only the estimate of the first of the aforementioned values. Starting this year the economic analysis contains data from fifteen voivodeships, which includes data from such cities as: Bydgoszcz, Gdańsk, Katowice, Kielce, Kraków, Poznań, Szczecin, Toruń, Warsaw, and Wrocław.

Based on the data for previous years, it was assumed that as far as duration is concerned, meetings classified in the 1-3 days time span can be divided in the following way: 1-day meetings accounted for 40%, 2-day – 40%, and 3-day - 20%. Then it was assumed that the average duration of a meeting in the group of 4-10 days was 6 days. As for the group of meetings lasting more than 11 days, it was assumed that their average duration was 17 days. This means that 1-3-day meetings were attended by 3420630 participants, which generated 2736704 overnight stays. In 4-10-day meetings, there were 256631 participants, which gave 1539786 overnight stays, and in meetings longer than 11 days, there were 169235 overnight stays, with 9955 participants.

Filharmonia Bałtycka w Gdańsku / The Polish Baltic Philharmonic in Gdańsk



ANALIZA EKONOMICZNA SPOTKAŃ I WYDARZEŃ W POLSCE W ROKU 2011 (WYBRANE ASPEKTY) / AN ECONOMIC ANALYSIS OF MEETINGS AND EVENTS IN POLAND IN 2011 (SELECTED ASPECTS)

Tab. 13. Liczba noclegów w podziale na długość spotkania w 2011 roku / Table 13. The number of overnight stays based on meeting duration in 2011

Liczba dni/Number of days	Noclegi razem/Total overnight stays
1-3 dni (2 dni)/ 1-3 days (2 days)	1368252
1-3 dni (3 dni)/ 1-3 days(3 days)	1368352
4-10 dni/ 4-10 days	1539786
11 < dni/ 11 < days	169235
Razem/Total	4445625

Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

WPŁYW PRZEMYSŁU SPOTKAŃ NA DZIAŁALNOŚĆ BAZY HOTELARSKIEJ W WYBRANYCH WOJEWÓDZTWACH POLSKI / THE INFLUENCE OF THE MEETINGS INDUSTRY ON THE OPERATIONS OF THE HOTEL BASE IN SELECTED POLISH VOIVODESHIPS

Biorąc pod uwagę charakter spotkań i wydarzeń, czas ich trwania oraz przy uwzględnieniu wiedzy na temat zachowań uczestników spotkań i wydarzeń oszacowano, że uwzględnione w raporcie wydarzenia wykreały popyt na 4445625 noclegów, co stanowiło ok. 7,7% noclegów udzielonych w bazie zbiorowego zakwaterowania wymienionych miast w 2011 roku. Jeśli odnieść oszacowaną liczbę noclegów do wyników uzyskanych tylko przez hotele działające w tych miastach, a można przypuszczać, że ten typ bazy był najczęściej wykorzystywany, to udział ten wyniósł ok. 19,2%.

Zróźnicowanie liczby noclegów udzielonych uczestnikom spotkań i wydarzeń biznesowych w poszczególnych województwach przedstawiono łącznie, aby ukazać liczbę zbiorczą dla całego kraju. Organizacja spotkań jest kluczowa przede wszystkim dla dużych miast, co pokazuje ich struktura według poszczególnych aglomeracji. Z punktu widzenia raportu ważne jest jednak ukazanie zbiorczych wyników obrazujących potencjał przemysłu spotkań w skali kraju.

Tab. 14. Noclegi w bazie zbiorowego zakwaterowania według województw w 2011 roku
Table 14. Overnight stays in collective tourist accommodation by voivodeship in 2011

	Noclegi w hotelach (tys.) Overnight stays in collective accommodation base (thousand)	W tym noclegi w bazie zbiorowego zakwaterowania (tys.) Including overnight stays in hotels (thousand)
Dolnośląskie	4998,7	2288,7
Kujawsko-Pomorskie	2818,8	774,2
Lubelskie	1487,7	459,3
Lubuskie	1333,7	540,7
Łódzkie	1980,9	1027,1
Małopolskie	8394,1	3944,7
Mazowieckie	5623	4296,3
Opolskie	568,7	171,5
Podkarpackie	2108,5	563,3
Podlaskie	901,7	363,2
Pomorskie	5689,5	1761,4
Śląskie	4584,1	1930,3
Świętokrzyskie	1248,6	554,9
Warmińsko - Mazurskie	2470,1	1148,1
Wielkopolskie	3012,3	1626,7
Zachodniopomorskie	9928	1646,3
Razem/Total	57148,4	23096,7

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT raz Banku Danych Lokalnych GUS, www.stat.gov.pl., 26.03.2012/
Source: own study based on PCB PTO data and the Local Data Bank of GUS, www.stat.gov.pl., 26.03.2012

Tab. 15. Liczba uczestników w spotkaniach według województw w 2011 roku
Table 15. The number of participants in meetings by voivodeship in 2011

Województwo/Voivodeship	Liczba uczestników/Number of participants
Dolnośląskie	489691
Kujawsko - Pomorskie	127452
Lubelskie	311
Lubuskie	100
Łódzkie	7061
Małopolskie	357987
Mazowieckie	1350558
Podkarpackie	13586

WPLYW PRZEMYSŁU SPOTKAŃ NA DZIAŁALNOŚĆ BAZY HOTELARSKIEJ W WYBRANYCH WOJEWÓDZTWACH POLSKI/
THE INFLUENCE OF THE MEETINGS INDUSTRY ON THE OPERATIONS OF THE HOTEL BASE IN SELECTED POLISH VOIVODESHIPS

Taking into account the nature and duration of meetings and events, and the knowledge on the behaviour of participants, it was estimated that the events listed in the report created a demand for 4445625 overnight stays, which accounted for approx. 7.7% of overnight stays in the collective accommodation base of the aforementioned cities in 2011. If we compare the estimated number of overnight stays to the results achieved by hotels active in cities, and it can be assumed that this type of base was most frequent, this shared amount to 19.2%.

The diverse numbers of accommodation places provided to the participants in business meetings and events in individual voivodeships were presented jointly to show the cumulative number for the entire country. Meetings organisation is crucial, particularly for large cities, which is visible in the structure for individual agglomerations. From the point of view of this report, however, it is important to show the cumulative results demonstrating the potential of the meetings industry on the national scale.

Podlaskie	11998
Pomorskie	378885
Śląskie	175015
Świętokrzyskie	419606
Warmińsko-Mazurskie	7990
Wielkopolskie	330043
Zachodniopomorskie	16933
Razem/Total	3687216

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT raz Banku Danych Lokalnych GUS, www.stat.gov.pl., 26.03.2012/
Source: own study based on PCB PTO data and the Local Data Bank of GUS, www.stat.gov.pl., 26.03.2012

Tab. 16. Noclegi w hotelach w miastach wojewódzkich w 2011 roku
Table 16. Overnight stays in voivodeship cities in 2011

Miasto/City	Noclegi w hotelach/Overnight stays in hotels
Wrocław	938,4
Bydgoszcz	216,8
Toruń	281,6
Lublin	229,6
Gorzów Wielkopolski	96,4
Zielona Góra	64,4
Łódź	455,9
Kraków	2675,8
Warszawa	3501,9
Opole	68
Rzeszów	175,6
Białystok	179,3
Gdańsk	658,5
Katowice	364,8
Kielce	200,9
Olsztyn	168,5
Poznań	724,6
Szczecin	475
Razem	11476

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT raz Banku Danych Lokalnych GUS, www.stat.gov.pl., 26.03.2012/Source: own study based on PCB PTO data and the Local Data Bank of GUS, www.stat.gov.pl., 26.03.2012

Andels Hotel w Łodzi / Andels Hotel in Łódź



WPLYW PRZEMYSŁU SPOTKAŃ NA DZIAŁALNOŚĆ BAZY HOTELARSKIEJ W WYBRANYCH WOJEWÓDZTWACH POLSKI/
THE INFLUENCE OF THE MEETINGS INDUSTRY ON THE OPERATIONS OF THE HOTEL BASE IN SELECTED POLISH VOIVODESHIPS

Tab. 17. Liczba uczestników w spotkaniach według miast w 2011 roku (zestawienie obrazuje miasta, w których było powyżej 1000 uczestników)
Table 17. The number of participants in meetings by city in 2011 (the listing includes cities with more than 1,000 participants)

Miasto/City	Liczba uczestników/Number of participants
Białystok	6040
Bydgoszcz	70950
Gliwice	1150
Katowice	173690
Kielce	407304
Koszalin	15864
Kraków	350940
Łomża	5181
Łódź	1160
Olsztyn	2263
Poznań	330043
Przemyśl	14621
Radom	15089
Radom	15089
Spała	5881
Toruń	56264
Trójmiasto	364976
Warszawa	1330548
Wejherowo	8520
Wrocław	489551
Zakopane	1982
Inne	20110
Razem/Total	3687216

Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Tab. 18. Noclegi udzielone uczestnikom spotkań w 2011 roku w Polsce
Table 18. Overnight stays provided to participants in meetings in 2011 in Poland

noclegi w bazie zbiorowego zakwaterowania ogółem/ total overnight stays in the collective accommodation base	57148,4
noclegi w hotelach ogółem/overnight stays in hotels	23096,7
noclegi udzielone uczestnikom spotkań - ogółem /overnight stays provided to meetings participants - total	4445625
noclegi udzielone uczestnikom spotkań - % noclegów w hotelach/ overnight stays provided to meetings participants - % overnight stays in hotels	19,2
noclegi udzielone uczestnikom spotkań - % noclegów w bazie zbiorowego zakwaterowania/ overnight stays provided to meetings participants - % overnight stays in the collective accommodation base	7,7

Zamieszczone w powyższych tabelach zestawienia ukazują wpływ jaki generuje przemysł spotkań w Polsce na wykorzystanie krajowych miejsc noclegowych. Istotne wyniki odnotowano w Krakowie i Warszawie oraz Trójmieście. Warto podkreślić, iż wspomniane aglomeracje dzięki odbywającym się wydarzeniom kulturalno-sportowym w znaczny sposób podniosły jakość swojej bazy noclegowej.

Ponadto, dzięki organizacji spotkań na szeroką skalę doprowadziły do przygotowania szczegółowej inwentaryzacji ułatwiającej współpracę i zarządzanie miejscami noclegowymi, która jest podstawowym narzędziem pracy przy pozyskiwaniu spotkań stowarzyszeń. Reasumując można stwierdzić, że mimo, iż sytuacja była zróżnicowana w poszczególnych regionach, to uczestnicy spotkań biznesowych stanowili istotny segment popytu na usługi noclegowe.

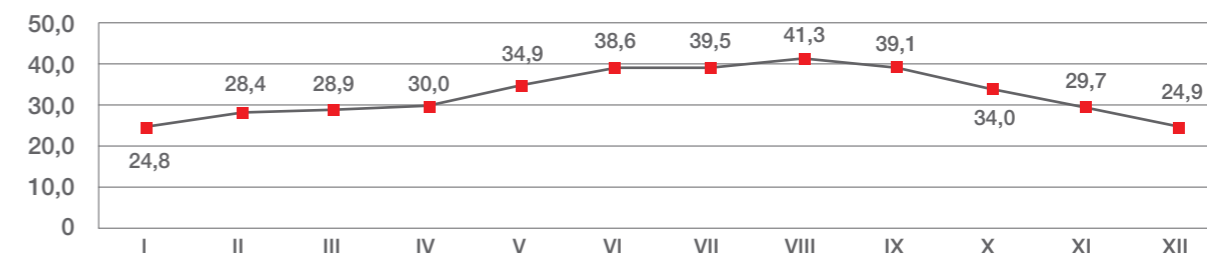
The listings contained in the above tables also present the impact of the meetings industry in Poland on the use of domestic accommodation. Significant results were observed in Kraków and Warsaw, and also in Tricity. It should be stressed that those agglomerations had highly improved the quality of their accommodation base owing to the organisation of cultural and sporting events.

Furthermore, the wide scale of meetings organisation led to a detailed inventory that facilitated cooperation and management of the accommodation base, which is the essential tool in procuring association meetings. To summarise, it may be concluded that, although the situation was varied by region, the participants in business meetings were a significant segment of the demand for accommodation services.

Interesujące jest prześledzenie, jak w 2011 r. kształtowała się sezonowość wykorzystania miejsc noclegowych w hotelach. Spotkania cechuje specyficzna sezonowość sprawiająca, że dostarczają klientów poza tradycyjnym szczytem w czasie letnich wakacji, a tym samym wpływają na poprawę wyników ekonomicznych przedsiębiorstw noclegowych. Obrazuje to zestawienie liczby uczestników podanej w rozdziale 3.1 z analizami przygotowanymi przez Główny Urząd Statystyczny.

It is interesting to trace how the seasonality of using the accommodation base in hotels developed in 2011. Meetings are characterised by a specific seasonality, resulting in providing clients outside the traditional peak of the summer holidays, and thus effecting an improvement in the economic results of accommodation enterprises. This is presented in a comparison of the number of participants mentioned in chapter 3.1 with the analyses prepared by the Central Statistical Office (GUS).

Rys. 23. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w hotelach w 2011 roku
Fig. 23. The level of use of accommodation in hotels in 2011



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS 2012/Source: own study based on the Local Data Bank of GUS data

Analiza ilościowo-jakościowa oraz ekonomiczna ukazuje, iż na mapie Polski pojawiają się regiony, które zaczynają odgrywać coraz istotniejszą rolę w przemyśle spotkań. Rozwój organizacji zajmujących się promocją, ukazaniem atutów regionu czy działalnością międzynarodową to fakty, które ukazują potencjał Trójmiasta. Oprócz stolic województw, większych miast, dochodzą również miejscowości, które poza sezonem turystycznym stanowią ciekawe miejsca na organizację spotkania firmowego. Większość spotkań ze względu na ich charakter organizowana była w hotelach oraz obiektach zabytkowych przystosowanych do goszczenia gości biznesowych. Istotną rolę odgrywają również obiekty postindustrialne, kulturowe czy targowo-wystawiennicze.

Analizując wkład przemysłu spotkań w gospodarkę w 2011 roku możemy oszacować efekty ekonomiczne jedynie w oparciu o sprzedaż usług noclegowych. Poniższa analiza, podobnie jak w roku ubiegłym, opiera się na wynikach rachunku satelitalnego turystyki dla Polski, zaadaptowanego do potrzeb analizy wydarzeń i spotkań biznesowych. Ze względu na zakres danych uzyskanych przez Poland Convention Bureau analiza ekonomiczna obejmuje jedynie efekty związane z noclegami uczestników spotkań i wydarzeń, które miały miejsce w wybranych regionach Polski w 2011 (poza oceną pozostały wszystkie pozostałe usługi nabywane w związku z uczestnictwem w spotkaniach i wydarzeniach biznesowych).

Zastosowana metoda umożliwia ograniczoną ocenę wkładu przemysłu spotkań w gospodarkę. Ocena ta obejmuje efekty bezpośrednie i to tylko te, które są wynikiem zaangażowania branży noclegowej, stanowiącej część sekcji I (PKD 2007).

Efekty te obejmują:

- wielkość sprzedaży
- wkład w tworzenie wartości dodanej,
- wkład w tworzenie miejsc pracy.

The quantitative-qualitative and economic analysis shows that the map of Poland features regions that start to play an increasingly significant role in the meetings industry. The development of an organisation dealing in promoting, presenting the region's assets, and international activities, are facts that are behind the potential of e.g. the Tricity. Besides voivodeship capitals and larger cities, there are also those towns, which are attractive places for holding a corporate meeting outside the tourist season. Due to their nature, most meetings are organised in hotels and historic venues adapted to host business visitors. A significant role is played by post-industrial, cultural and fair and exhibition venues.

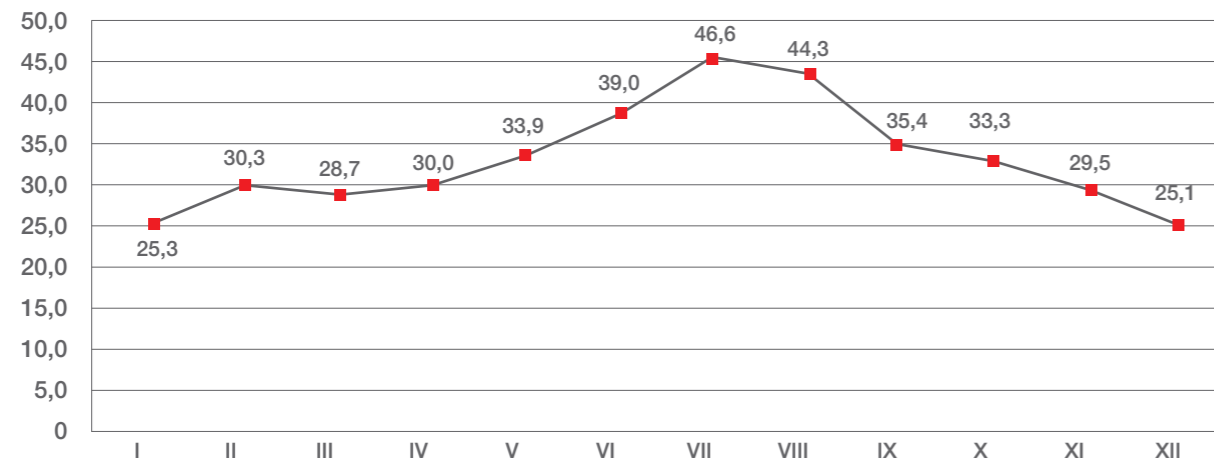
Analysing the contribution of the meetings industry to the economy in 2011, we can estimate the economic effects of business meetings only on the basis of the sale of accommodation services. The analysis presented below, similar to the one presented last year, is based on the results of the Tourism Satellite Account (TSA) for Poland, adapted to the needs if the analysis of business meetings and events. Due to the scope of data obtained by the Poland Convention Bureau, the economic analysis covers only the results associated with the accommodation of the participants in meetings and events which were held in selected Polish regions in 2011 (the evaluation does not cover all other services purchased in relation to participation in business meetings and events).

The applied method allows only a limited evaluation of the meetings industry's contribution to the economy. This evaluation covers the direct effects, and only those resulting from involving the accommodation industry, comprising part of section I (PKD 2007).

These effects cover the following:

- sales volume,
- contribution to the generation of added value,
- contribution to creating jobs

Rys. 24. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w bazie zbiorowego zakwaterowania w 2011 roku
Fig. 24. The level of use of accommodation in the collective accommodation base in 2011



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS 2012/Source: Own study based on 2012 GUS data

Wielkość sprzedaży usług noclegowych ustalono posługując się prezentowanymi wcześniej oszacowaniami dotyczącymi liczby udzielonych noclegów oraz informacjami na temat poziomu cen w hotelach w wybranych miastach. Za podstawę przyjęto średnią cenę w hotelach w Polsce w 2011 roku.

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

Ogółem, oszacowana wielkość sprzedaży usług noclegowych związanych z omawianymi spotkaniami - zakładając, iż średnia cena noclegu w Polsce to ok. 300 PLN wyniosła 1 334 mln PLN. Jeśli przyjąć za RST współczynnik udziału wartości dodanej we wpływach sprzedaży usług hotelowych na poziomie 0,49, to wytworzona ogółem wartość dodana w całym kraju wyniosła 637 mln PLN.

Podobnie, wykorzystując przeciętne dane dla Polski, można stwierdzić, że tylko w zakresie działalności noclegowej przemysł spotkań przyczynił się do stworzenia ponad 10 000 miejsc pracy w bazie hotelowej w skali kraju.

The volume of accommodation services sales was determined with the previously-presented estimates of the volume of provided overnight stays and information on the level of prices in hotels in selected cities. The assumed basis was the average hotel price in Poland in 2011.

Concerning the contribution of the meetings industry in the creation of added value, it can be calculated assuming the Polish average added value share in the global production of hotel venues. According to the calculations of the Tourism Satellite Account, it was at the level of 0.49. The number of jobs created within the hotel base due to the service of the meetings industry can be calculated in a similar manner, assuming average sales per employee from the Tourism Satellite Account (adjusted for inflation). It should be noted that the obtained results are only approximate, since the applied coefficients are average for the entire country, and in reality regional diversities may occur.

In total the estimated volume of accommodation services sales connected with the discussed meetings was PLN 1,334 million, assuming that the average price for an overnight stay in Poland is approx. PLN 300. If we adopt as RST the share coefficient of added value in the revenue from sales of hotel services at the level of 0.49, the total generated added value for the entire country was PLN 637 million.

Similarly, by using the average data for Poland, it is possible to state that only in the field of accommodation services, the meetings industry contributed to the creation of more than 10,000 jobs in the hotel base on the national scale.

A review of meetings and events in the years 2009-2011

This year's edition of the report features the first attempt at preparing a comparison between the meetings organised in Poland in the years 2009-2011. The aim of this comparison is to show the changes taking place, the seasonality, and

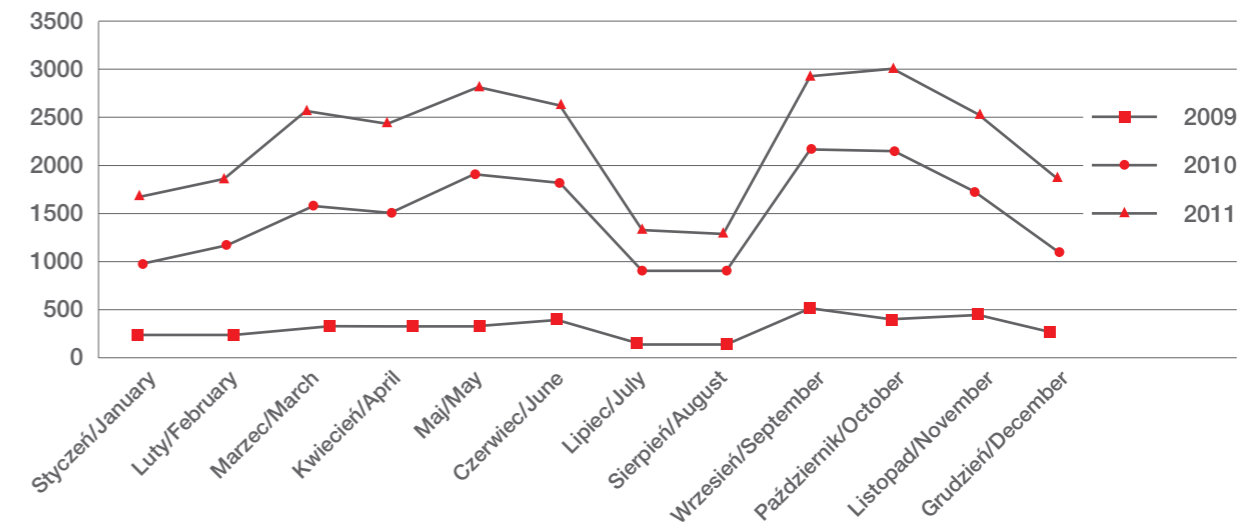
ukazanie sezonowości i dostarczenie pełnego obrazu przemysłu spotkań w Polsce na przestrzeni ubiegłych lat.

Analizę warto zacząć od ukazania liczby spotkań. W porównaniu do roku 2009, w 2010 nastąpił wzrost liczby wydarzeń o 1400 co daje ponad 400%. Rok 2011 to wzrost o ponad 50% w porównaniu z rokiem 2010. Okres wiosny (kwiecień, maj, czerwiec) oraz jesieni (wrzesień, październik) to czas w którym co roku odbywa się najwięcej spotkań. W 2009 i 2010 roku najwięcej spotkań odbyło się we wrześniu – kolejno 569 i 2184, natomiast w 2011 roku najwięcej spotkań odnotowano w październiku – 3012. Znaczący spadek w każdym z analizowanych lat nastąpił w miesiącu styczniu, lipcu i sierpniu

to provide a complete picture of the meetings industry in Poland over the span of the previous years.

It is worth beginning the analysis by showing the number of meetings. In relation to 2009, 2010 experienced an increase by 1400 in the number of meetings, which is more than 400%. The year 2011 brought over 50% increase in comparison to 2010. Spring and early summer (April, May, June) and autumn (September, October) are the periods in which most meetings take place every year. In 2009 and 2010 the largest number of meetings was observed in September – 569 and 2184 respectively, while in 2011 the month with the most meetings was October – 3012. A substantial decrease in all the analysed years was seen in January, July, and August.

Rys. 25. Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w Polsce 2 latach 2009 – 2011
Fig. 25. The seasonality of the number of meetings and events in years 2009 – 2011



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Tab. 19. Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w Polsce w latach 2009 – 2011
Table 19. The seasonality of the number of meetings and events in years 2009 – 2011

Sezonowość liczby spotkań/ The seasonality of the number of meetings	Rok/Year		
	2009	2010	2011
Miesiące / Months			
Styczeń / January	270	981	1661
Luty / February	252	1201	1874
Marzec / March	343	1598	2599
Kwiecień / April	347	1506	2420
Maj / May	334	1908	2865
Czerwiec / June	351	1825	2673
Lipiec / July	214	885	1336
Sierpień / August	183	884	1291
Wrzesień / September	569	2184	2947
Październik / October	418	2159	3012
Listopad / November	436	1747	2544
Grudzień / December	283	1122	1838
Razem / Total	4000	18000	27060

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

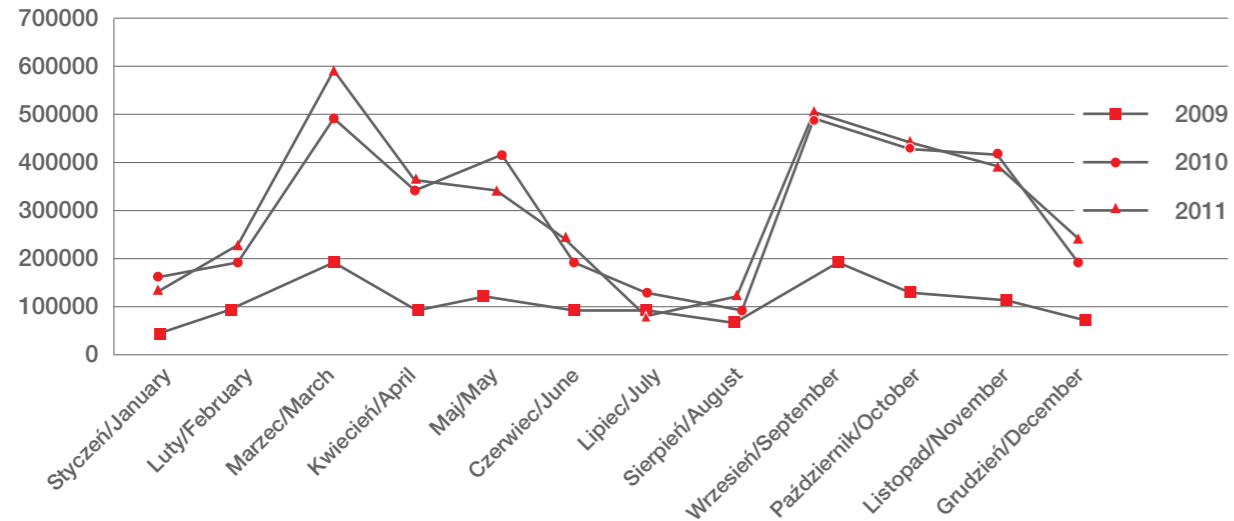
Porównanie spotkań i wydarzeń w latach 2009-2011

W tegorocznej edycji raportu po raz pierwszy została podjęta próba przygotowania porównania zorganizowanych spotkań na terenie Polski w latach 2009-2011. Celem takiego zestawienia jest pokazanie zmian jakie zachodzą,

Podobnie kształtują się dane na wykresach przedstawiających sezonowość liczby uczestników. W latach 2009 – 2011 wydarzenia przyciągające największą liczbę uczestników to marzec, wrzesień i październik oraz maj w roku 2010. W marcu w poszczególnych latach udział wzięła następująca liczba uczestników – 198947, 492535, 591805. Adekwatnie do wykresu rys 26. najmniej uczestników wzięło udział w spotkaniach w styczniu, lipcu oraz sierpniu.

The figures showing the seasonality of the number of participants are similar. In the years 2009-2011 the most participants were attracted by meetings in March, September, and October, and in 2010, May. In respective years the following numbers of participants attended meetings in March – 198947, 492535, 591805. As seen in figure 26 the least participants took part in meetings in January, July, and August.

Rys. 26. Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach w latach 2009 – 2011
Fig. 26. Seasonal nature of meetings and events quantitatively by month in years 2009 – 2011



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Tab. 20. Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach w latach 2009 – 2011
Table 20. Seasonal nature of meetings and events quantitatively by month in years 2009 – 2011

Miesiące / Months	2009	2010	2011
Styczeń / January	54369	157956	132 804
Luty / February	94457	184518	221 860
Marzec / March	198947	492535	591 805
Kwiecień / April	100778	332726	363 537
Maj / May	108607	428337	335 023
Czerwiec / June	93880	199363	221 955
Lipiec / July	92866	116002	97 597
Sierpień / August	40810	96373	127 045
Wrzesień / September	199583	481455	497 213
Październik / October	125680	430869	448 607
Listopad / November	117684	426154	393 441
Grudzień / December	93401	196504	256 329
Razem / Total	1321062	3542792	3687216

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Najwięcej spotkań charakteryzowało krótki okres ich trwania – do 3 dni. Ich liczba w kolejnych latach wynosiła odpowiednio – 3718, 17356 oraz 25103. Liczba spotkań trwających powyżej 11 dni wzrosła w 2010 roku z 70 do 152, a jej poziom na rok 2011 wyniósł znowu 74.

Most meetings had a short duration – up to 3 days. Their number in the respective years amounted to 3718, 17356, and 25103. The number of meetings lasting longer than 11 days increased in 2010 from 70 to 152, but its level for 2011 was lower – 74.

Tab. 21. Liczba spotkań i wydarzeń według długości czasu trwania w latach 2009 – 2011
Table 21. Number of meetings and events according to duration in years 2009 – 2011

Liczba dni/Numbers of days	2009	2010	2011
1-3 dni/days	3718	17256	25103
4-10 dni/days	212	592	1883
11 < dni/days	70	152	74
Razem/Total	4000	18000	27060

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Wykres przedstawiający pochodzenie uczestników w poszczególnych latach potwierdza, że uczestnicy wydarzeń byli głównie polskiego pochodzenia. Zagraniczni uczestnicy stanowili po około 5 % wszystkich uczestników w latach 2009 oraz 2010, natomiast ich udział wzrósł w 2011 roku do ponad 15 %.

The figure showing the origin of participants in the respective years confirmed that most of the event participants are of Polish origin. Foreign participants accounted for about 5% of all participants while their share increased in 2011 to more than 15%.

Tab. 22. Liczba spotkań i wydarzeń według długości czasu trwania w latach 2009 – 2011
Table 22. Number of meetings and events according to duration in years 2009 – 2011

Liczba dni/Numbers of days	2009	2010	2011
1-3 dni/days	3718	17256	25103
4-10 dni/days	212	592	1883
11 < dni/days	70	152	74
Razem/Total	4000	18000	27060

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Wykres nr 27 przedstawia ilość spotkań i wydarzeń wg ich rodzaju. W 2009 roku najczęściej odbyło się humanistycznych – 1251. W 2010 na podobnie wysokim poziomie utrzymały się wydarzenia ekonomiczne /polityczne (5295) oraz technologiczne (5799). W 2011 roku duży wzrost odnotowały ponownie wydarzenia humanistyczne – 7126.

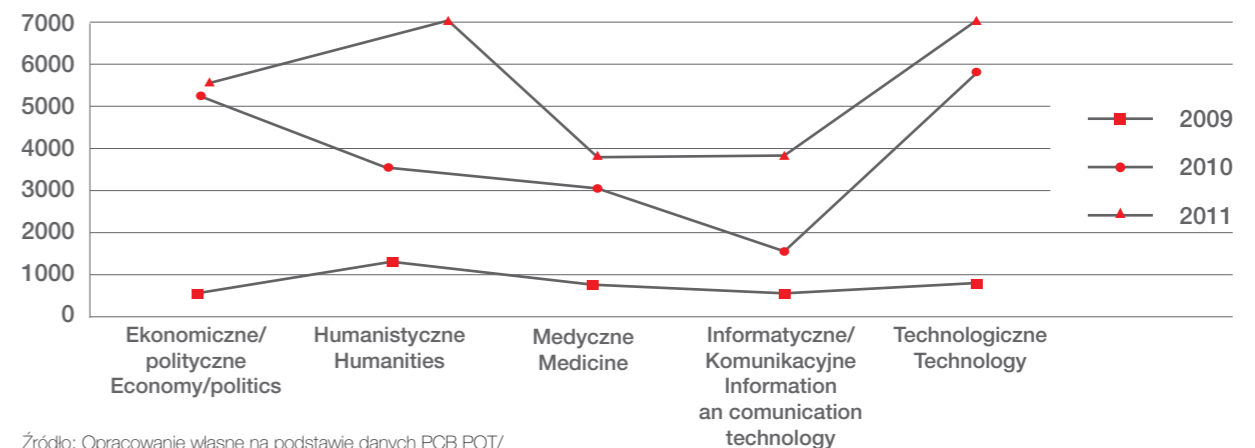
Figure 27 presents the number of meetings and events by type. In 2009 the most numerous were those in humanities – 1251. In 2010 a similarly high level characterised economic and political events (5295) and technological events (5799). In 2011 there was another considerable increase in humanities – 7126.

Tab. 23. Liczba spotkań i wydarzeń według miejsca pochodzenia uczestników w latach 2009 - 2011
Table 23. Number of meetings and events by origin of the participants in years 2009 – 2011

Kraje/Countries	2009	2010	2011
Polska / Poland	3810	16935	22793
Europa / Europe	175	912	3388
Ameryka / America	8	108	628
Azja / Asia	7	45	189
Afryka / Africa	0	0	62
Razem / Total	4000	18000	27060

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Rys. 27. Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju w latach 2009 – 2011
Fig. 27. Number of meetings and events by type in years 2009 – 2011



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Tab. 24. Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju w latach 2009 – 2011
Table 24. Number of meetings and events by type in years 2009 – 2011

Rodzaj spotkania/Meeting type	2009	2010	2011
ekonomiczne/polityczne/economy/politics	667	5395	5608
humanistyczne/humanist	1251	3477	7126
medyczne/medical	708	1935	3717
informatyczne/komunikacyjne/information and communication technologies	594	1394	3604
technologiczne/technology	780	5799	7005
Razem/Total	4000	18000	27060

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT/Source: own study based on PCB PTO data

Jeśli chodzi o kategorie wydarzeń, najwięcej organizowanych było wydarzeń korporacyjnych, które znaczący wzrost odnotowały w roku 2010 – z 1221 do 9669. Najmniejszą zbiorowość wśród wszystkich spotkań to targi – co roku stanowiły one zaledwie około 9 % wszystkich spotkań, jednak przyciągały najwięcej uczestników.

As regards to types of event, the most numerous were corporate events, which experienced a considerable increase in 2010 – from 1221 to 9669. The least numerous of all meetings are trade fairs – each year they make up only approx. 9% of all meetings, although they attract the most visitors

Tab. 25. Liczba spotkań i wydarzeń według kategorii w latach 2009 – 2011
Table 25. Number of meetings and events by category in years 2009 – 2011

Kategoria/Category	2009	2010	2011
kongresy/konferencje/congresses/conferences	2127	6420	9873
wydarzeniakorporacyjne/corporateevents	1221	9669	10715
wydarzeniamotywacyjne/incentiveevents	295	903	4051
targi/wystawy/tradefairs/exhibitions	357	1008	2421
Razem/Total	4000	18000	27060

Podsumowując porównanie lat 2009-2011 warto zauważyć, iż systematycznie zwiększa się liczba analizowanych spotkań. Ponadto na mapie regionów zainteresowanych rozwojem turystyki biznesowej pojawiają się nowe miejscowości, które aktywnie promują swoje walory konferencyjne. Przygotowane zestawienie jest zaledwie wstępem do ukazania wielkości polskiego przemysłu spotkań natomiast dzięki zachowanej podobnej metodyce badań w ostatnich latach możemy rozpocząć profesjonalną analizę tej dziedziny gospodarki.

To summarise the comparison of the years 2009-2011, it can be observed that the number of analysed meetings is consistently increasing. Moreover, the map of regions interested in developing business tourism is involving new towns which actively promote their conference assets. This comparison is only the beginning of outlining the extent of the Polish meetings industry, but, thanks to a similar methodology applied in recent years we can start a professional analysis of this sector of the economy.

4.

Spis planowanych spotkań międzynarodowych stowarzyszeń w Polsce na lata 2013 – 2016

A list of planned international association meetings in Poland in the years 2013 – 2016

Tab. 26. Spis planowanych spotkań międzynarodowych stowarzyszeń w Polsce na lata 2013 – 2016
Table 26. A list of planned international association meetings in Poland in the years 2013 – 2016

Data Date	Wydarzenie Event title	Gdzie Where
11.01.2013 - 14.01.2013	WinDoor - tech 2013	Poznań
2013	7 World Congress on Industrial Process Tomography -WCIPT7-	Poland
2013	8 International Conference on Vibration Engineering and Technology of Machinery -VETOMAC-VIII-	Gdańsk
10.02.2013 - 15.02.2013	European Winter Conference on Plasma Spectrochemistry	Kraków
2013	European Bonsai Convention & AGM	Wrocław
2013	21 Symposium on Photonics in Measurements -IMEKO TC2-	Gdańsk

SPIS PLANOWANYCH SPOTKAŃ MIĘDZYNARODOWYCH STOWARZYSZEŃ W POLSCE NA LATA 2013 – 2016/
A LIST OF PLANNED INTERNATIONAL ASSOCIATION MEETINGS IN POLAND IN THE YEARS 2013 – 2016

2013	11 European Conference of the Association for Gestalt-Therapie -EAGT-	Kraków
2013	19 International Congress of Aesthetics	Kraków
2013	65 Meeting of the International Committee for Coal and Organic Petrology -ICCP-	Sosnowiec
2013	19 International Farm Management Congress -IFMA-	Warszawa
21.03.2013 - 23.03.2013	„Entertainment Discourse Beyond Humour Studies LAFAL 3 „	Łódź
23.03.2013 - 27.03.2013	ISNVD: 3rd Annual Isnvd Meeting	Kraków
14.04.2013 - 20.04.2013	Arctic Science Summit Week 2013	Kraków
06.05.2013 - 10.05.2013	10th EADV Spring Symposium The European Academy of Dermatology and Venereology	Kraków
15.05.2013 - 17.05.2013	ISSA InterClean Eastern Europe 2013	Warszawa
23.05.2013 - 26.05.2013	European Academy of Dermatology and Venereology (EADV)	Kraków
29.05.2013 - 31.05.2013	FQH Conference on Food Quality and Health Research	Warszawa
05.06.2013 - 08.06.2013	26 FEFAC Congress of the European Compound Feed Industry	Kraków
09.06.2013 - 16.06.2013	6 General Conference on Advances Mathematical Methods in Finance -AMaMeF-	Warszawa
10.06.2013 - 13.06.2013	9 International Conference on Pig Reproduction -ICPR 2013-	Olsztyn
14.06.2013 - 15.06.2013	8th International Polish Society of Implantology PSI Congress	Kraków
17.06.2013 - 21.06.2013	ELC: 12th European Lighting Conference	Kraków
08.07.2013 - 13.07.2013	20 International Conference on General Relativity and Gravitation -GR 20-	Warszawa
21.07.2013 - 26.07.2013	19th IFMA Congress	Warszawa
27.07.2013 - 11.08.2013	EGF: 57th Congress of the European Go Federation	Gdynia
29.07.2013 - 03.08.2013	27th INTERNATIONAL CONGRESS OF POPYROLOGY	Warszawa
11.08.2013 - 16.08.2013	ICCG ICVGE: 17 International Conference on Crystal Growth - ICCG in conjunction with the 15 International Conference on Vapor Growth and Epitaxy - ICVGE	Warszawa
23.08.2013 - 25.08.2013	17 European Conference on Analytical Chemistry -EUROANALYSIS 17-	Warszawa
27.08.2013 - 31.08.2013	20th INTERNATIONAL CONFERENCE ON COMPUTER METHODS IN MECHANIC	Poznań
29.08.2013 - 31.08.2013	11 Meeting of the International Society of Hand and Composite Tissue Allotransplantation -IHCTAS-	Wrocław
08.2013	7 European Conference on Information Management and Evaluation -ECIME-	Gdańsk
08.2013	30 Annual Meeting of The Society for Organic Petrology -TSOP-	Sosnowiec
08.2013	18 International Symposium for the Psychological Treatments of Schizophrenia and other Psychoses -ISPS 2013-	Warszawa
02.09.2013	17th International Maritime Exhibition – BALTEXPO 2013	Gdańsk
08.09.2013 - 11.09.2013	14th Congress of ESBRA	Warszawa
17.09.2013 - 19.09.2013	12 European Lighting Conference	Krakow
18.09.2013 - 19.09.2013	7th International Conference of the Urban Soils Working Group, SUITMA, of the International Union of Soil Sciences	Toruń
23.09.2013 - 26.09.2013	The 1st World Multi-Conference on: Smart Management Systems, In Building, Manufacturing and Logistics	Krakow
23.09.2013 - 26.09.2013	Regional Symposium of the International Society for Rock Mechanics -EUROCK 2013-	Wrocław
03.10.2013 - 05.10.2013	The Fifth International Congress of Obstetric Anaesthesia and Perinatal Medicine	Poznań
20.10.2013	„European Congress of Rural Municipalities – COTER Seminar „Cohesion policy for rural areas beyond 2013””	Warszawa
2014	Regional Conference of -IGU-	Kraków
2014	11 Conference of the European Foundation for Plant Pathology -EFPP-	Kraków
03.05.2014 - 07.05.2014	16 European Congress of Endocrinology -ESE-	Wrocław
05.05.2014 - 09.05.2014	NOMS 2014 - 2014 IEEE/IFIP Network Operations and Management Symposium	Kraków
18.06.2014 - 21.06.2014	EOS: European Orthodontic Society Congress	Warszawa
18.08.2014 - 22.08.2014	18 Power Systems Computation Conference -PSCC-	Wrocław
03.10.2014 - 12.10.2014	International Society for Contemporary Music (ISCM)	Wrocław
2015	European Forum of Sign Language Interpreters AGM and Conference -EFSLI-	Poland
2015	4 International Conference on Advances in Solidification Processes -ICASP 4-	Poland
2015	66 Annual Meeting of the European Association for Animal Production -EAAP-	Poland
06.05.2015 - 09.05.2015	26 SPACE AGM & Conference 2015	Toruń
31.05.2015 - 03.06.2015	World Seed Congress	Warszawa
31.08.2015 - 05.09.2015	26 Congress for the International Society for Forensic Genetics	Kraków
11.2016	19th Annual European Congress of ISPOR	Warszawa

SPIS PLANOWANYCH SPOTKAŃ MIĘDZYNARODOWYCH STOWARZYSZEŃ W POLSCE NA LATA 2013 – 2016/
A LIST OF PLANNED INTERNATIONAL ASSOCIATION MEETINGS IN POLAND IN THE YEARS 2013 – 2016

Podsumowanie

Raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry 2012” to kolejna publikacja, która obrazuje rynek spotkań i wydarzeń organizowanych w Polsce.

Współpraca Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej z regionalnymi Convention Bureaux, rekomendowanymi organizatorami kongresów oraz podróży motywacyjnych, obiektami oraz uczelniami wyższymi umożliwiła zebranie danych z piętnastu województw, 149 obiektów i dała szansę scharakteryzowania 27060 spotkań i wydarzeń.

Warto odnotować, iż są to liczby większe w porównaniu do ubiegłych lat: 2009 i roku 2010. Liczba odnotowanych spotkań i wydarzeń wzrosła o 9060. Było to możliwe m.in. dzięki współpracy z licznymi obiektami z całej Polski oraz większej liczbie danych przekazanych przez Warszawę oraz Trójmiasto i dodanie obiektów z poza obszaru działania regionalnych Convention Bureaux.

Wszystkie te czynniki i współpraca z licznymi podmiotami spowodowały, iż scharakteryzowane spotkania coraz dokładniej ukazują ogólnopolski rynek, a ich specyfika pomaga w budowaniu kampanii marketingowych.

W sumie wartość dodana z wpływów sprzedaży usług hotelowych za rok 2011 w analizowanych miejscach i obiektach wyniosła 637 mln PLN, a badany fragment przemysłu spotkań przyczynił się do stworzenia ponad 10000 miejsc pracy w bazie hotelarskiej w analizowanych miastach.

Raport w założeniu Poland Convention Bureau POT ma być narzędziem służącym promocji Polski jako atrakcyjnego miejsca dla organizacji spotkań. Powstające inwestycje, restrukturyzacja hoteli, nowe obiekty konferencyjne czy profesjonalizm polskich dostawców są czynnikami, które przyciągają spotkania do Polski.

Oprócz danych statystycznych na łamach tego wydawnictwa przekazujemy kontakty do miejskich i regionalnych Convention Bureaux oraz informacje odnośnie systemów rekomendacji PCB POT skierowanych do profesjonalnych organizatorów kongresów czy organizatorów podróży motywacyjnych.

Raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry 2012” publikowany jest w przeddzień obchodów 10-lecia Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej. Cieszy nas fakt, iż mamy możliwość pokazać polski przemysł spotkań w analizie ilościowej, jakościowej i ekonomicznej chociażby w jakiejś jego części.

To właśnie spotkania o charakterze technologicznym i humanistycznym najczęściej odbywały się na terenie naszego kraju w roku 2011. Warto również skupić uwagę na sektorze korporacyjnym. Wydarzenia firmowe organizowane przy okazji imprez sportowych czy kulturalnych przyciągają pracodawców i pracowników.

Raport dotyczący 2011 roku pokazuje ponownie wzrost ilości i wielkości organizowanych wydarzeń na terenie polskich miast. Istotne jest również odnotowanie powstania kolejnego Convention Bureau, które odpowiedzialne jest za promocję przemysłu spotkań w Kielcach.

Kolejna już edycja raportu nadal pozostawia jednak wiele znaków zapytania i wskazuje liczne wyzwania dla polskiego przemysłu spotkań. Jest jednak bodźcem umożliwiającym miastom i regionom pokazanie swojego potencjału. Analiza

Summary

The “Poland Meetings and Events Industry Report 2012” is the latest edition of this publication which analyses the market for meetings and events organised in Poland.

The cooperation of the Poland Convention Bureau of the Polish Tourist Organisation with the regional Convention Bureaux, recommended congress and incentive trip organisers, venues, and higher-education institutions, enabled us to collect data from fifteen voivodeships and 149 venues, giving us a chance to provide the characteristics of as many as 27060 meetings and events.

Please note that these numbers are higher than in the previous years, 2009 and 2010. The number of recorded meetings and events increased by 9060. This was made possible due to cooperation with numerous venues throughout Poland, and additional data submitted by Warsaw and the Tricity. What also helped extend the scale of the survey was the addition of venues from outside the activities of the regional Convention Bureaux.

All these factors, as well as cooperation with numerous entities, led to the analysed meetings being an increasingly faithful representation of the nationwide market, while their specificity helps build marketing campaigns.

In total, the added value from the income of hotel service sales for 2011 in the analysed locations and venues amounted to PLN 637 million, and the studied segment of the meetings industry contributed to the creation of more than 10,000 jobs in the hotel sites of the analysed cities.

The Poland Convention Bureau of the PTO sees the report as a tool serving the promotion of Poland as an attractive destination for organising meetings. The developing investments, the redevelopment of hotels, new conference venues, and the professionalism of Polish suppliers, are factors that attract meetings to Poland.

Besides statistical data, we also present our readers with city and regional Convention Bureaux contact information and data on the recommendation systems of the PCB PTO addressed to professional congress organisers and incentive travel organisers.

The “Poland Meetings and Events Industry Report 2012” has been published on the eve of the 10th Anniversary of the Poland Convention Bureau of the Polish Tourist Organisation. We are glad of this opportunity to present the Polish meetings industry, or at least part of it, in a quantitative, qualitative, and economic analysis.

The events most frequently organised in Poland in 2011 were those in the fields of technology and the humanities. It is worth focussing on the corporate sector. Corporate events organised on the occasion of sporting or cultural events attract employers and employees alike.

The report on 2011 once again shows increases in the numbers of events organised in Polish cities. It is also important to note the formation of another Convention Bureau, which is responsible for promoting the meetings industry in Kielce.

This next edition of the report still leaves a number of questions and indicate a number of challenges for the Polish meetings industry. It is, however, an incentive for cities and

regions to show their potential. The qualitative, quantitative, and economic analysis taking account of category and type divisions may form the basis for running more detailed studies.

The extent of the meetings industry is determined only as an estimate, but its potential shines yet again. More and more regions are interested in the meetings industry, and the 27,060 meetings are a good prospect for running further research. A novelty, which has already been mentioned above, is the addition of data from regions not covered by the activities of the regional Convention Bureaux. It is one of the solutions that will be continued, and it allows us to hope that the report may be further extended to cover a greater number of meetings and their characteristics.

The publication of the “Poland Meetings and Events Industry Report 2012” also coincides with the conclusion of the multimedia image and product campaign on the German, French, and British markets. The aim of that campaign was to reach as large an audience as possible in France, Germany, and Great Britain through coherent marketing actions. The main motif of the campaign was satisfied tourists who have been to Poland. After their stay they change their stereotypical view of our country, and become a source of individual recommendation for Poland. Kate – a businesswoman coming to Poland to follow her professional duties – is the character responsible for the promotion of the meetings industry. It is this person that is to reach conference, congress, and incentive travel organisers through the campaign.

Słownik pojęć i skrótów

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

Kongres (congress) – 1. spotkanie przedstawicieli danego stowarzyszenia lub organizacji, na które przybywa duża liczba gości indywidualnych, aby omawiać określoną problematykę. Kongres zazwyczaj trwa kilka dni, w trakcie których odbywają się liczne sesje edukacyjne.

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

Podróż motywacyjna (incentive travel/tourism) – podróż sfinansowana przez pracodawcę w celu zmotywowania pracownika lub w ramach nagrody za realizację danego zadania. Często charakteryzująca się wyjątkowym i innowacyjnym programem.

Spotkanie (association meeting) – konwencja, kongres, konferencja lub zjazd podczas którego spotykają się dobrowolnie członkowie danego stowarzyszenia. Istnieje również możliwość uczestnictwa osób towarzyszących, a okres

regions to show their potential. The qualitative, quantitative, and economic analysis taking account of category and type divisions may form the basis for running more detailed studies.

The extent of the meetings industry is determined only as an estimate, but its potential shines yet again. More and more regions are interested in the meetings industry, and the 27,060 meetings are a good prospect for running further research. A novelty, which has already been mentioned above, is the addition of data from regions not covered by the activities of the regional Convention Bureaux. It is one of the solutions that will be continued, and it allows us to hope that the report may be further extended to cover a greater number of meetings and their characteristics.

The publication of the “Poland Meetings and Events Industry Report 2012” also coincides with the conclusion of the multimedia image and product campaign on the German, French, and British markets. The aim of that campaign was to reach as large an audience as possible in France, Germany, and Great Britain through coherent marketing actions. The main motif of the campaign was satisfied tourists who have been to Poland. After their stay they change their stereotypical view of our country, and become a source of individual recommendation for Poland. Kate – a businesswoman coming to Poland to follow her professional duties – is the character responsible for the promotion of the meetings industry. It is this person that is to reach conference, congress, and incentive travel organisers through the campaign.

Glossary of terms and abbreviations

The meetings industry – the sector of the economy associated with the organisation, promotion and management of meetings and events, including congresses, conferences, trade fairs, corporate events and incentive trips.

Congress – 1. A meeting of the representatives of a given association or organisation, hosting a large number of individual guests attending to discuss defined issues. A congress usually lasts several days and includes numerous education sessions.

Conference – 1. A meeting designed for the purpose of solving problems, discussions, consultations or education. 2. A meeting of subject-related people, associated with education, opinion exchange, and creation of new ideas. Usually short, and organised with no particularly defined time constraints, combined with the achievement of a defined target. Conferences are smaller and shorter than congresses.

Incentive travel/tourism – a trip financed by the employer in order to motivate the employee, or in the form of a reward for the performance of a given task. Incentive trips often feature a unique and innovative programme.

Association meeting – a voluntary convention, congress, conference or assembly for the members of a given association. There is also a possibility of accompanying persons attending, and the planning period of the meeting is very long. The participants usually debate

planowania jest spotkania jest bardzo długi. Uczestnicy zazwyczaj obradują kilka dni i omawiają określoną problematykę oraz biorą udział w licznych sesjach edukacyjnych.

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

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

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

Biuro Marketingu Destynacji (Destination Marketing Organization DMO) organizacje odgrywające kluczową rolę w przyciąganiu spotkań i wydarzeń do krajów, miast i regionów, które reprezentują. Marketing destynacji zorientowany na przyciąganie spotkań i wydarzeń biznesowych może być prowadzony na różnych szczeblach, a instytucje które zazwyczaj się nim zajmują określa się jako Convention Bureau (Convention and Visitor Bureau CVB) lub jako inne organizacje (np. Krajowe Urzędy Turystyki, miejskie rady ds. turystyki). Mogą być finansowane ze środków publicznych lub prywatnych, a także mieć mieszaną strukturę finansowania.

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

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

International Congress and Convention Association (ICCA) organizacja powołana w 1963 r. przez grupę agentów turystycznych. Jeden z pierwszych celów: sformułowanie praktycznych rad, jak funkcjonować na międzynarodowym rynku spotkań. Jedną z ważniejszych organizacji związanych z przemysłem spotkań; w 80 krajach zrzesza 850 członków z różnych dziedzin: transport, zakwaterowanie, wyżywienie, usługi.

for several days, discuss the defined issues, and take part in numerous education sessions.

Event – a company happening concerning employees of a given company, with an integration, training, motivation or cognitive nature, associating employees and/or distributors, and often invited guests; often combined with an attractive tourism and recreation programme, with travel, accommodation and food costs covered by the employer.

Professional Congress Organizer PCO – a provider of services, capable of planning, preparing and conducting business meetings, including congresses or conferences.

Destination Management Company DMC – a local service provider for business meetings and events, whose responsibilities include planning, conducting and billing, the meetings or events. Often also responsible for the promotion of the destination and organisation of accompanying events, technical organisation, recreation activities, registration and entertainment.

Destination Marketing Organisation DMO - organisations which play a key role in bringing the meetings and events to the countries, cities and regions that they represent. Destination marketing oriented toward attracting business meetings and events can be conducted on various levels, and the those institutions which undertake this role are defined as a Convention Bureau (or Convention and Visitor Bureau - CVB) or as other organisations (e.g. National Tourism Offices, municipal tourism councils). They can be financed by public or private funds, or hold a mixed financing structure.

Convention Bureau; Convention and Visitor Bureau – a non-profit organisation representing destinations (country, city, region), ensuring professional support to business meeting and event organisers, including congresses, conferences, incentive trips and corporate events. Throughout the world, the CBs generally operate in three forms: public, public-private, or private units. They are usually financed by membership fees, taxes, and local government subsidies. The CB members are business entities, which provide the products and services for the meetings industry.

World Tourism Organisation UNWTO – an international organisation, founded in 1975, since 2003 a specialised UN organisation; its purpose is to support the development of tourism as an important factor of social and economic development and international cooperation; it has (as of 2006) 130 member countries, including Poland (since 1976); headquartered in Madrid.

International Congress and Convention Association (ICCA) - an organisation founded in 1963 by a group of travel agents. Among the initial objectives: developing practical advice concerning operations within the international meetings market. One of the most important organisations associated with the meetings industry; associates 850 members in 80 countries from various fields, such as transport, accommodation, boarding, services.

Meeting Professionals International (MPI) – an international organisation associating over 24 thousand

Meeting Professionals International (MPI) – międzynarodowa organizacja zrzeszająca ponad 24 tysiące ekspertów promujących przemysł spotkań na świecie. Globalna społeczność działająca na rzecz rozwoju przemysłu dotyczącego spotkań i wydarzeń biznesowych. kongresów, konferencji i podróży służbowych. Do końca września 2009 r. ponad 40 ekspertów z Polski zostało członkami MPI i aktywnie działa w obszarze spotkań na arenie międzynarodowej.

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

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

Union of International Associations (UIA) – instytut badawczy oraz centrum dokumentacyjne, mieszczące się w Brukseli, założone w 1907 roku przez prekursorów nauki o informacji. Poza działalnością badawczą UIA zajmuje się także wydawaniem publikacji, a wśród nich międzynarodowy kalendarz kongresów, coroczny raport spotkań oraz spis międzynarodowych organizacji.

Pozostałe aktywności to także **baza organizacji i kalendarz spotkań online, projekty CSR (społeczna odpowiedzialność biznesu)**. Członkami Union of International Associations zostać mogą organizacje, fundacje, firmy lub osoby indywidualne zainteresowane jej działaniami i celami oraz wspieraniem i uczestnictwem w nich.

Źródła

- Celuch K.: Stowarzyszenia i organizacje w przemyśle spotkań. Kompendium, Wydawnictwo Uczelnialne Vistula, Warszawa 2011.
- 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., Dziedzic E.: Raport: „Przemysł spotkań i wydarzeń w Warszawie – Warsaw Meetings and Events Industry Report”, Warszawa 2010
- Convention Industry Council; APEX Industry Glossary, The glossary of the meetings, conventions and exhibitions industry, Alexandria, VA, USA 2005

experts promoting the meetings industry throughout the world. A global society acting for the development of the business meetings and events industry. Over 40 experts from Poland became MPI members prior to the end of September 2009 and actively operate in the field of meetings on a global scale.

The Society of Incentive and Travel Executives (SITE) – a non-profit organisation founded in 1973. Its main objective is to strengthen the position of incentive tourism throughout the world. 35 branches associate over 2400 members from 89 countries. The members include professional congress organisers, companies servicing business events, hotel base managers, professional publishing houses, organisations promoting destinations.

European Cities Marketing (ECM) – an organisation associating 134 main European cities from 32 countries; main objective: increasing the number of visitors through effective promotion of tourism and the meetings industry in Europe. The members include Tourism Information Offices and Convention Bureaux.

Union of International Associations (UIA) – a research institute and documentation centre, located in Brussels, founded in 1907 by the precursors of information science. Besides its research activities, the UIA also issues publications, which include the international congress calendar, annual meetings report, and a list of international organisations.

Other activities include **the organisation base and online meetings calendar, CSR (corporate social responsibility) projects**. The members of the Union of International Associations can be organisations, foundations, companies, or individual people interested in its activities and objectives, as well as support and participation.

Sources

- Celuch K.: Associations and organisations in the meetings industry. A Compendium, Vistula University Publishing House, Warsaw 2011.
- United Nations: Tourism terminology. WTO guidelines, UN-WTO, UKFIT, Warsaw 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., Dziedzic E.: "Warsaw Meetings and Events Industry Report", Warsaw 2010
- Convention Industry Council; APEX Industry Glossary, The glossary of the meetings, conventions and exhibitions industry, Alexandria, VA, USA 2005

Spis rysunków

Rys. 1. Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce w latach 2001-2010 według ICCA	8.
Rys. 2. Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce w latach 2003-2010 według UIA	9.
Rys. 3. Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce w latach 2003-2010 według statystyk stowarzyszeń ICCA/UIA	9.
Rys. 4. Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w 2011 roku	16.
Rys. 5. Liczba spotkań i wydarzeń według długości	16.
Rys. 6. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według ich rodzaju	17.
Rys. 7. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach wg rodzaju	18.
Rys. 8. Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w 2011 roku	19.
Rys. 9. Liczba spotkań i wydarzeń według miejsca pochodzenia uczestników	20.
Rys. 10. Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju	21.
Rys. 11. Liczba spotkań i wydarzeń według kategorii	22.
Rys. 12. Liczba spotkań i wydarzeń według miast	22.
Rys. 13. Liczba spotkań i wydarzeń w miastach według kategorii	24.
Rys. 14. Spotkania i wydarzenia w Trójmieście w 2010 roku (%)	25.
Rys. 15. Spotkania i wydarzenia w Katowicach w 2010 roku (%)	25.
Rys. 16. Spotkania i wydarzenia w Poznaniu w 2011 roku (%)	26.
Rys. 17. Spotkania i wydarzenia w Toruniu w 2011 roku (%)	26.
Rys. 18. Spotkania i wydarzenia w Warszawie w 2011 roku (%)	27.
Rys. 19. Spotkania i wydarzenia we Wrocławiu w 2011 roku (%)	27.
Rys. 20. Spotkania i wydarzenia w Kielcach w 2011 roku (%)	28.
Rys. 21. Spotkania i wydarzenia w Krakowie w 2011 roku (%)	28.
Rys. 22. Spotkania i wydarzenia w Bydgoszczy w 2011 roku (%)	29.
Rys. 23. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w hotelach w 2011 roku	35.
Rys. 24. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w bazie zbiorowego zakwaterowania w 2011 roku	36.
Rys. 25. Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w Polsce w latach 2009 – 2011	37.
Rys. 26. Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach w latach 2009 – 2011	38.
Rys. 27. Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju w latach 2009 – 2011	39.

Spis tabel

Tab. 1. Tab. 1. Spis spotkań międzynarodowych stowarzyszeń w Polsce w 2011 r.	10.
Tab. 2. Liczba obiektów przekazujących dane statystyczne	14.
Tab. 3. Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w 2011 roku	15.
Tab. 4. Liczba spotkań i wydarzeń według długości	16.
Tab. 5. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według rodzaju	17.
Tab. 6. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według kategorii	18.
Tab. 7. Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach	19.
Tab. 8. Liczba spotkań i wydarzeń według miejsca pochodzenia uczestników	20.
Tab. 9. Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju	21.
Tab. 10. Liczba spotkań i wydarzeń według kategorii	22.
Tab. 11. Liczba spotkań i wydarzeń według miast	23.
Tab. 12. Liczba spotkań i wydarzeń w miastach według kategorii	24.
Tab. 13. Liczba noclegów w podziale na długość spotkania w 2011 roku	31.
Tab. 14. Noclegi w bazie zbiorowego zakwaterowania według województw w 2011 roku	32.
Tab. 15. Liczba uczestników w spotkaniach według województw w 2011 roku	32.

List of figures

Fig. 1 The number of association meetings organised in Poland in the years 2001-2010 according to ICCA	8.
Fig. 2 Number of association meetings organised in Poland in the years 2003-2010 according to UIA	9.
Fig. 3 The number of association meetings organised in Poland according to ICCA/UIA statistics in the years 2003-2010	9.
Fig. 4 The seasonal nature of meetings and events in 2011	16.
Fig. 5. The number of meetings and events according to duration	16.
Fig. 6. The number of participants in meetings and events by type	17.
Fig. 7. The number of participants in meetings and events by category	18.
Fig. 8. The number of participants in meetings and events by month	19.
Fig. 9. The number of meetings and events by place of origin of participants	20.
Fig. 10. The number of meetings and events by type	21.
Fig. 11. The number of meetings and events by category	22.
Fig. 12. The number of meetings and events by city	22.
Fig. 13. The number of meetings and events in cities by category	24.
Fig. 14. Meetings and events in Tricity in 2010 (%)	25.
Fig. 15. Meetings and events in Katowice in 2010 (%)	25.
Fig. 16. Meetings and events in Poznań in 2011 (%)	26.
Fig. 17. Meetings and events in Toruń in 2011 (%)	26.
Fig. 18. Meetings and events in Warsaw in 2011 (%)	27.
Fig. 19. Meetings and events in Wrocław in 2011 (%)	27.
Fig. 20. Meetings and events in Kielce in 2011 (%)	28.
Fig. 21. Meetings and events in Kraków in 2011 (%)	28.
Fig. 22. Meetings and events in Bydgoszcz in 2011 (%)	29.
Fig. 23. The level of use of accommodation in hotels in 2011	35.
Fig. 24. The level of use of accommodation in the collective accommodation base in 2011	36.
Fig. 25. The seasonality of the number of meetings and events in years 2009 – 2011	37.
Fig. 26. Seasonal nature of meetings and events qualitatively by month in years 2009 – 2011	38.
Fig. 27. Number of meetings and events by type in years 2009 – 2011	39.

List of tables

Table 1. List of international association meetings in Poland in 2011	10.
Table 2. Number of venues providing statistical data	14.
Table 3. The seasonality of the number of meetings and events in 2011	15.
Table 4. Number of meetings and events according to duration	16.
Table 5. The number of participants in meetings and events by thematic area	17.
Table 6. The number of participants in meetings and events by category	18.
Table 7. The seasonality of the number of participants in meetings and events	19.
Table 8. Number of meetings and events by origin of the participants	20.
Table 9. Number of meetings and events by type	21.
Table 10. Number of meetings and events by category	22.
Table 11. Number of meetings and events by city	23.
Table 12. The number of meetings and events in cities by category	24.
Table 13. The number of overnight stays based on meeting duration in 2011	31.
Table 14. Overnight stays in collective tourist accommodation by voivodeship in 2011	32.
Table 15. The number of participants in meetings by voivodeship in 2011	32.

Tab. 16. Noclegi w hotelach w miastach wojewódzkich w 2011 roku	33.
Tab. 17. Liczba uczestników w spotkaniach według miast w 2011 roku (zestawienie obrazuje miasta, w których było powyżej 1000 uczestników)	34.
Tab. 18. Noclegi udzielone uczestnikom spotkań w 2011 roku w Polsce	34.
Tab. 19. Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w Polsce w latach 2009 – 2011	37.
Tab. 20. Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach w latach 2009 – 2011	38.
Tab. 21. Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach w latach 2009 – 2011	39.
Tab. 22. Liczba spotkań i wydarzeń według długości czasu trwania w latach 2009 - 2011	39.
Tab. 23. Liczba spotkań i wydarzeń według miejsca pochodzenia uczestników w latach 2009 - 2011	39.
Tab. 24. Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju w latach 2009 – 2011	40.
Tab. 25. Liczba spotkań i wydarzeń według kategorii w latach 2009 – 2011	40.
Tab. 26. Spis planowanych spotkań międzynarodowych stowarzyszeń w Polsce na lata 2013 – 2016	40.

Table 16. Overnight stays in voivodeship cities in 2011	33.
Table 17. The number of participants in meetings by city in 2011 (the listing includes cities with more than 1,000 participants)	34.
Table 18. Overnight stays provided to participants in meetings in 2011 in Poland	34.
Table 19. The seasonality of the number of meetings and events in years 2009 – 2011	37.
Table 20. Seasonal nature of meetings and events qualitatively by month in years 2009 – 2011	38.
Table 21. Seasonal nature of meetings and events qualitatively by month in years 2009 – 2011	39.
Table 22. Number of meetings and events according to duration in years 2009 – 2011	39.
Table 23. Number of meetings and events by origin of the participants in years 2009 – 2011	39.
Table 24. Number of meetings and events by type in years 2009 – 2011	40.
Table 25. Number of meetings and events by category in years 2009 – 2011	40.
Tab. 26. A list of planned international association meetings in Poland in the years 2012 – 2016	40.

Spis Convention Bureaux
w Polsce

W ramach struktur administracji samorządowej, lokalnej oraz regionalnej na terenie Polski na dzień 10.05.2012 funkcjonuje 9 jednostek Convention Bureaux. Poniżej przedstawiamy szczegółowe dane kontaktowe do wszystkich z nich.

	BYDGOSZCZ Convention Bureau bci@visitbydgoszcz.pl www.convention.bydgoszcz.pl	Bydgoskie Centrum Informacji (Informacja Turystyczna i Biuro Kongresów) ul. Batorego 2, 85-104 Bydgoszcz
	GDAŃSK Convention Bureau convention@gdanskconvention.pl www.gdanskconvention.pl	Gdańska Organizacja Turystyczna ul. Długi Targ 28/29, 80-830 Gdańsk
	Convention Bureau KATOWICE convention@convention.katowice.eu www.convention.katowice.eu	Urząd Miasta Katowice Rynek 13, 40-013 Katowice
	KRAKÓW Convention Bureau convention@um.krakow.pl www.krakow.pl/ccb	Urząd Miasta Krakowa, Biuro Marketingu Turystycznego ul. Wszystkich Świętych 3/4 31-004 Kraków
	POZNAŃ Convention Bureau pcb@um.poznan.pl www.pcb.poznan.pl	Urząd Miasta Poznania Plac Kolegiacki 17, 61-841 Poznań
	KIELCE Convention Bureau tel: +48 41 365 12 45 info@convention24.pl	Izba Gospodarcza Grono Targowe Kielce ul. Zakładowa 3, 25-672 Kielce
	TORUŃ Convention Bureau Copernicus convention@convention.torun.pl www.convention.torun.pl	Bulwar Filadelfijski 8/2, 87-100 Toruń
	WARSAW Convention Bureau wcb@warsawtour.pl www.warsawconvention.pl	Stołeczne Biuro Turystyki Plac Zamkowy 10, 00-297 Warszawa
	Convention Bureau WROCLAW info@convention.wroclaw.pl www.convention.wroclaw.pl	ul. Wystawowa 1, 51-618 Wrocław

A listing of Convention Bureaux
in Poland

As at 10 May 2012, there are nine Convention Bureaux operating within the structures of local government, local and regional administrations in Poland. Shown below are the contact details for all of these.

Spis firm rekomendowanych
przez PCB POT

A list of companies
recommended by the PCB PTO

	AKTIV TOURS REISEN aktiv@aktivtours.com.pl www.aktivtours.com.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Michał Jasiczek ul. Jaškowa Dolina 114, 80 - 286 Gdańsk
	TEJA ADVENTURE teja@teja.com.pl www.teja.com.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Anna Kopek ul. Zacisze 8a, 81-823 Sopot
	BUSINESS SERVICE GALOP biuro@kongresy.com.pl www.kongresy.com.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Krystyna Gołębek ul. Żelazna 1, 40-851 Katowice
	DMC POLAND info@symposium.pl agnieszka@dmcpoland.com www.dmcpoland.com	Osoba do kontaktu / Contact person: Agnieszka Faracik-Leśniak ul. Smolki 11a, 30-513 Kraków
	DWÓR POLSKI – POLISH MANORHOUSE biuro@dworpolski.com.pl www.dworpolski.com.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Justyna Odziejewicz ul. Krzywińska 7, 60-114 Poznań
	GRUPA A-05 a05@a05.pl www.a05.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Piotr Wilczek Plac na Groblach 14/2, 31-101 Kraków
	INTERCRAC DMC ic@intercrac.com.pl www.intercrac.com.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Anna Jędrocha ul. Krupnicza 3, 31-123 Kraków
	GLOBAL WINGS info@globalwings.pl www.globalwings.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Hanna Bargiel ul. Nowogrodzka 62B lok. 22, 02-002 Warszawa
	GROMADA b.wilczynska@gromada.pl www.gromada.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Barbara Wilczyńska ul. Cicha 7, 00-353 Warszawa
	HAXEL EVENTS & INCENTIVES dorota.goetzen@haxel.pl www.haxel.eu	Osoba do kontaktu / Contact person: Dorota Goetzen ul. Marysińska 18, 04-617 Warszawa
	GRUPA TRIP biuro@trip.pl www.trip.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Bożena Jakubiak ul. Tetmajera 35, 34-500 Zakopane
	HOLIDAY TRAVEL congress@holidaytravel.pl www.holidaytravel.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Irena Sokołowska ul. Nowowiejska 10, 00-653 Warszawa
	ICP GROUP S.A. info@icpgroup.pl www.incentive-concept.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Krzysztof Michniewicz al. Wilanowska 303 A, 02-665 Warszawa
	MAZURKAS TRAVEL kongresy@mazurkas.com.pl http://kongresy.mazurkas.com.pl/	Osoba do kontaktu / Contact person: Katarzyna Rokicka al. Wojska Polskiego 27, 01-515 Warszawa
	SYMPOSIUM CRACOWIENSE info@symposium.pl www.symposium.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Anna Jedrocha ul. Krupnicza 3, 31-123 Kraków
	TARGI KIELCE CENTRUM WYSTAWIENNICZO-KONGRESOWE centrum@targikielce.pl www.targikielce.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Anna Kanabrocka ul. Zakładowa 1, 25-672 Kielce
	TARGI W KRAKOWIE szymura@targi.krakow.pl www.targi.krakow.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Dominika Szymura ul. Centralna 41a, 31-586 Kraków
	VIVENDUM vivendum@vivendum.pl www.vivendum.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Agata Gościńska ul. Kraszewskiego 7, 33-380 Krynica-Zdrój

Poland Convention Bureau
POT

Poland Convention Bureau (PCB) działa w strukturach Polskiej Organizacji Turystycznej i jest jednostką odpowiedzialną za promocję Polski jako atrakcyjnej destynacji dla organizacji spotkań i wydarzeń społecznych, politycznych i biznesowych.

Jest pierwszym kontaktem dla wszystkich, poszukujących informacji dotyczących partnerów biznesowych i obiektów konferencyjnych oraz planujących zorganizować kongres stowarzyszenia lub wydarzenie korporacyjne w Polsce. Priorytetowym celem dla PCB jest budowanie wizerunku Polski jako kraju atrakcyjnego dla organizacji wszelkiego rodzaju wydarzeń biznesowych. Rok 2011 to dla Poland Convention Bureau okres rozwoju, intensywnych działań i wielu zmian w przemyśle spotkań biznesowych w Polsce.

Warto wyróżnić:

- 1. Targi przemysłu spotkań IMEX** – udział PCB w największych targach turystyki biznesowej w Europie. PBC było obecne w magazynie Show Daily, katalogu targowym, w głównej kawiarni dla prasy, holu głównym oraz na stronach targów, poprzez banery. Ponadto na narodowym stoisku zorganizowano prezentacje dla dodatkowych grup planistów zainteresowanych Polską oraz spotkania integracyjne „Polska. Move Your Imagination Happy Hours”. PCB co roku bierze udział również w targach przemysłu spotkań EIBTM w Barcelonie.
- 2. Wybór Ambasadorów Kongresów Polskich** – co roku do prestiżowego grona Honorowych Ambasadorów dołączają osobistości ze świata nauki, które przyczyniają się do organizowania spotkań w Polsce. Nad programem pieczę sprawuje Kapituła, której zadaniem jest wyłonienie Ambasadorów Kongresów Polskich – osób, które w swych międzynarodowych środowiskach rozpowszechniają wiedzę o atutach naszego kraju, przyczyniając się do jego rozwoju.
- 3. Kampania reklamowa „Promujemy Polskę Razem”** skierowana na trzy kluczowe rynki – suplement prasowy, dedykowana strona internetowa, prezentacja multimedialna, spot reklamowy, reklamy prasowe w magazynach branżowych, roadshow – cykl prezentacji promujących Polskę, FAM TRIP – wizyty studyjne dla organizatorów spotkań i wydarzeń, .
- 4. www.poland-convention.pl** – strona internetowa zawierająca informacje o możliwości organizacji spotkań w Polsce. Na stronie dostępne są wszelkie materiały przygotowywane przez PCB POT, Katalog Unique Venues in Poland, kalendarz konferencji oraz wszelkie informacje o działaniach naszych oraz regionów.
- 5. Działania CSR** - z inspiracji projektem pomocy mieszkańcom Rodzinnego Domu Dziecka z 2010 roku (IMEX Challenge Poland 2010) w 2011 zorganizowano akcję „Wracamy do Ogródu”. W maju, wspólnie z grupą partnerów biznesowych, uporządkowano po zimie plac zabaw i ogród (2000 m²) w Rodzinnym Domu Dziecka w Warszawie Wesolej. Siła i energia liderów przemy-

The Poland Convention Bureau
of PTO

The Poland Convention Bureau (PCB) operates within the structures of the Polish Tourist Organisation and is the unit responsible for the promotion of Poland as an attractive destination for social, political, and business meetings and events organisation.

It is the first place to go for anyone looking for information on business partners and conference venues, and planning to organise a congress of an association or a corporate event in Poland. The priority goal of the PCB is to develop Poland's image as an attractive country in which to organise all types of business events. For the Poland Convention Bureau, the year 2011 was a time of development, intensive action, and numerous changes in the business meetings industry in Poland.

The following events are worth highlighting:

- 1. The IMEX Worldwide Exhibition** for Incentive Travel, Meetings, and Events – the PCB's participation in the largest business tourism exhibition in Europe. The PCB marked its presence in the Show Daily magazine, the exhibition catalogue, the main press cafe, the main hall, the exhibition's website, and through banners. Furthermore, the national stand featured presentations of additional groups of planners interested in Poland and integration meetings "Polska. Move Your Imagination - Happy Hours". The PCB also annually participates in the EIBTM in Barcelona.
- 2. The selection of Polish Congress Ambassadors** – each year the prestigious group of Honorary Ambassadors is joined by new personalities from the world of science who contribute to the organisation of meetings in Poland. The Programme is supervised by the Chapter, whose task is to pick the Polish Congress Ambassadors – people who disseminate knowledge about the assets of our country in their international circles, thus contributing to its development.
- 3. The "Let's Promote Poland Together"** advertising campaign directed at three key markets – a press supplement, a dedicated website, a multimedia presentation, a promotional clip, press advertisements in trade magazines, and a roadshow – a series of presentations promoting Poland, FAM TRIP – and study visits for meetings and event organisers.
- 4. www.poland-convention.pl** – a website containing information on Poland's meetings organisation capabilities. The website features all materials prepared by the PCB PTO, the Unique Venues in Poland catalogue, a conference calendar, and all information on our and the region's activities.
- 5. CSR actions** – from the inspiration inspired by the from the project helping the residents of the Family-Type Children's Home in 2010 (IMEX Challenge Poland 2010) in 2011 – the "We Are Coming Back to the Garden" campaign was organised. In May, along with a group of business partners, the playground and garden

slu spotkań została nagrodzona szerokim uśmiechem dzieci. Kolejna akcja „Wracamy do Ogrodu” odbędzie się w 2012 roku.

6. Nie tylko Europa - Polska promocja w Chinach; w czerwcu 2011 roku Poland Convention Bureau POT wspólnie z Holiday Travel, rekomendowanym organizatorem kongresów, promowało polską turystykę biznesową podczas targów The 25th International Travel Expo Hong Kong oraz The 6th M.I.C.E. Travel Expo. Obecność na targach oraz przeprowadzona prezentacja dla kontrahentów była połączona z promocją grupy V-4 (Czechy, Słowacja, Węgry, Polska). W październiku 2011 roku odbył się workshop IT&CMA i CTW w Tajlandii. Jest to jedno z najważniejszych wydarzeń w branży turystycznej, które z roku na rok cieszy się coraz większą popularnością. Po raz pierwszy na tym azjatyckim spotkaniu Poland Convention Bureau wzięło udział w organizacji stoiska narodowego.

7. ICCA Best Marketing Award to nagroda przyznawana co roku za szczególne osiągnięcia w dziedzinie marketingu regionu lub produktu, skierowana do członków stowarzyszenia ICCA. W 2011 roku Poland Convention Bureau postanowiło podjąć to wyzwanie i zmierzyć się z najlepszymi. Podsumowanie działań PBC w zakresie zmiany wizerunku polskiego przemysłu spotkań i jego promocji znalazło uznanie w oczach jury, w skład którego wchodzi eksperci ds. marketingu miejsc oraz ubiegłorocznymi laureaci. Polska została doceniona za kampanię promującą turystykę biznesową przeprowadzoną w ramach multimedialnej kampanii Polski na trzech rynkach.

8. DMAP - Destination Marketing Accreditation Program - to program akredytacyjny, mający na celu poprawę jakości i wyników osiąganych przez organizacje zarządzające rozwojem i promocją turystyki. DMAP kreuje wiarygodność oraz potwierdza profesjonalizm akredytowanych instytucji. Jest to certyfikat potwierdzający kompetencje i profesjonalizm instytucji zajmującej się promocją destynacji. Uzyskanie akredytacji na cztery lata wiąże się ze spełnieniem ponad 120 wymagań z zakresu zarządzania, finansów, zasobów ludzkich, technologii, marketingu, obsługi, sprzedaży, komunikacji, badań oraz innowacji. Jako pierwsza instytucja w Polsce oraz trzecie europejskie convention bureau, PBC dołączyło do grona podmiotów spełniających wymagania akredytacyjne.

(2000 m²) in the Family-Type Children's Home in Warsaw – Wesola District were put in order after the winter. The strength and energy of the meetings industry leaders was greeted with the children's broad smiles. The next "We Are Coming Back to the Garden" campaign is due to take place in 2012.

6. Not just Europe – promoting Poland in China; in June 2011 the Poland Convention Bureau of the PTO, jointly with Holiday Travel, a recommended congress organiser, promoted Polish business tourism during the 25th International Travel Expo Hong Kong and the 6th M.I.C.E. Travel Expo. The Polish presence at the fairs and the presentation for contracting parties were combined with promoting the V-4 group (Czech Republic, Slovakia, Hungary, Poland); in October 2011, the IT&CMA and CTW workshop took place in Thailand. It is one of the most important events in the tourist industry, which attracts more and more visitors each year. This was the first time this Asian meeting was attended by the Poland Convention Bureau, which organised a national stand.

7. The ICCA Best Marketing Award is the prize granted each year for special achievements in the marketing of a region or product, addressed to the members of the ICCA. In 2011 the Poland Convention Bureau decided to take up the challenge and compete with the best. A summary of PCB's actions in the field of changing the image of the Polish meetings industry and its promotion found recognition in the eyes of the jury, which was composed of place branding experts and last year's winners. Poland was recognised for the campaign promoting business tourism run within the framework of a multimedia campaign of Poland on three markets.

8. DMAP - Destination Marketing Accreditation Programme aims at improving the quality and results achieved by organisations managing the development and promotion of tourism. DMAP creates reliability and confirms the professionalism of the accredited institutions. It is a certificate that attests to the competence and professionalism of institutions involved in promoting destinations. To obtain accreditation for a period of four years an organisation needs to meet more than 120 requirements in the fields of management, finance, human resources, technology, marketing, services, sales, communications, research, and innovation. As the first institution in Poland and the third European Convention Bureau, the PCB has joined the group of entities that fulfil accreditation requirements.



POLAND
CONVENTION
BUREAU 10 years



POLSKA
10 years
of crowning
achievements
www.poland-convention.pl



Move Your Imagination



POLAND CONVENTION BUREAU POT/
THE POLAND CONVENTION BUREAU OF PTO

10 years

POLSKA BY KATE: TEAM-BUILDING WORKS IN POZNAŃ
 When I wanted to take my business up, I came to Poland and took my people down. Down to a disused coalmine in Upper Silesia with a different kind of pressure and surroundings. The mines and open land sky high above, creating in the contrast a unique setting. Making calls and meetings in a perfectly equipped conference room, we felt like we were on top of the world.

Plan ahead with www.poland-convention.pl/welcome

Move Your Imagination
Polska

INNOVATIVE ECONOMY
 POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
 POLSKA TURYSTYKA ORGANIZACJA

POLSKA BY KATE MY PROFESSIONAL TRAINING IN POZNAŃ
 Good business comes from training. That's why I headed to Poznań, for my business all day workshop. I also visited Poland's biggest trade fairs and discovered a wide bank of dealers, business oriented hotels and services and found out that this is a really great place for innovative investors!

Plan ahead with www.poland-convention.pl/poznan

Move Your Imagination
Polska

INNOVATIVE ECONOMY
 POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
 POLSKA TURYSTYKA ORGANIZACJA

POLSKA BY KATE POLSKA BUILDS MY TEAM STRONGER.
 We would spend our boring workshops, when you can do some team building activities during a great Polish holiday! I took my colleagues on a fishing boat. We learnt about our strengths and skills, plus we caught up on our professional lives. Wonderful hotels and business facilities available everywhere, we just have to pick the right location for your team.

Plan ahead with www.poland-convention.pl/welcome

Move Your Imagination
Polska

INNOVATIVE ECONOMY
 POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
 POLSKA TURYSTYKA ORGANIZACJA

POLSKA BY KATE MY AWARD WINNING TIME IN KRAKÓW
 Kraków is the best known Polish city. For many reasons. You have the unique charm of the old Town, the grandeur of the Royal Castle and also the never ending maze of medieval streets. There are countless award winning events, ceremonies held inside the impressive Słowacki's Theatre that brings me back to my most precious memories!

Plan ahead with www.poland-convention.pl/cracow

Move Your Imagination
Polska

INNOVATIVE ECONOMY
 POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
 POLSKA TURYSTYKA ORGANIZACJA

POLSKA BY KATE: I ENJOY MY BUSINESS MEETINGS IN WARSAW
 One of the best places to do business with innovative people. That's why I've chosen Warsaw as my favorite destination. It's vibrant, young and dynamic, and it boasts top creative and energy. Excellent hotels and conference facilities are available, as well as great digital connectivity with continental Europe. Each time I meet here with my partners, we encounter legendary Polish hospitality and leave with positive ideas!

Plan ahead with www.poland-convention.pl/warsaw

Move Your Imagination
Polska

INNOVATIVE ECONOMY
 POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
 POLSKA TURYSTYKA ORGANIZACJA

POLSKA BY KATE I MET MY ASSOCIATES IN WROCLAW.
 Wrocław has one of the world's most important science and tech congresses. This beautiful city attracts people with talent and ideas. For that my associates are one of these conference attendees. The creative spirit of our encounters and the charming dinner on the final evening will stay in my memory for a long time!

Plan ahead with www.poland-convention.pl/wroclaw

Move Your Imagination
Polska

INNOVATIVE ECONOMY
 POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA
 POLSKA TURYSTYKA ORGANIZACJA



POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

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

