



POLAND
CONVENTION
BUREAU



Report

Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2011

Poland Meetings & Events Industry
Report 2011



Move Your Imagination



www.poland-convention.pl

Krzysztof Celuch

Ewa Dzedzic

Raport Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2011

Poland
Meetings & Events Industry
Report 2011

1. Wstęp / Introduction	4
2. Polska w rankingach międzynarodowych organizacji przemysłu spotkań Poland in the rankings of international meetings industry organisation	5
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).....	5
2.2. Liczba spotkań w Polsce w latach 2003–2010 wg Union of International Associations (UIA) Number of meetings in Poland in the years 2003–2010 by the Union of International Associations (UIA)	7
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 stowarzyszeń w Polsce w 2010 roku List of associations meetings in Poland in 2010	10
3. Spotkania i wydarzenia w Polsce w 2010 roku w świetle badań krajowych Meetings and events in Poland in 2010 in the light of national surveys.....	13
3.1. Metodyka badań Research methodology	13
3.2. Charakterystyka próby badawczej Characteristics of the survey population	15
3.3. Analiza i wyniki badań Study results and analysis	16
3.3.1. Analiza ilościowa (liczba uczestników wg tematu i rodzaju spotkania, liczba spotkań, miesięczna klasyfikacja spotkań i wydarzeń) A quantitative analysis (number of participants by topic and type of meeting, number of meetings, and monthly classification of meetings and events).....	16
3.3.2. Analiza jakościowa (kategoria i rodzaj spotkań, destynacje pochodzenia uczestników) A qualitative analysis (category and nature of meetings, origin-destinations of participants).....	20
3.3.3. Analiza ekonomiczna spotkań i wydarzeń w Polsce w roku 2010 An economic analysis of meetings and events in Poland in 2010	28
4. Słownik pojęć i skrótów Glossary of Terms and Abbreviations	37
5. Źródła Sources	39
6. Spis rysunków List of Figures	40
7. Spis tabel List of Tables	41
8. Spis planowanych spotkań stowarzyszeń w Polsce na lata 2011–2016 wg Poland Convention Bureau POT List of scheduled associations meetings in Poland for the years 2011–2016 according to Poland Convention Bureau PTO	42
9. Spis firm rekomendowanych przez PCB POT List of companies recommended by the PCB PTO	43
10. Poland Convention Bureau – Polish Tourist Organisation	45
11. Ankieta Questionnaire.....	45
12. Podsumowanie Summary	46

Autorzy / Authors:

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

dr hab. Ewa Dziejic, prof. SGH – rozdział / chapter 1, 3.3.3

Recenzent / Reviewer:

dr hab. Jadwiga Berbeka, prof. UEK

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

ISSN: 2082-5676

Warszawa / Warsaw 2011

Projekt graficzny, skład i łamanie:

ART RODAR s.c. Al. KEN 97/25, 02-777 Warszawa, www.artrodar.pl

Z przyjemnością prezentujemy Państwu raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry 2011”. Druga edycja tego wydawnictwa to kolejna próba oszacowania wielkości zjawiska jakim jest organizacja spotkań i wydarzeń wchodzących w skład przemysłu spotkań.

Polska Prezydencja w Unii Europejskiej, przygotowania do EURO 2012 czy kampania promocyjna Polskiej Organizacji Turystycznej to tylko wybrane wydarzenia, o których warto wspomnieć ukazując różnorodny charakter spotkań i wydarzeń omawianych w poniższym raporcie. Ponad 320 obiektów, 18000 spotkań i wydarzeń czy kolejne miasta i regiony biorące udział w badaniu to wybrane nowości tegorocznej publikacji.

Przedstawiona analiza 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, w tym m.in. International Convention and Congress Association (ICCA), Meeting Professionals International (MPI) oraz Reed Travel Exhibitions. Zgodnie z normami UNWTO, w opracowaniach statystycznych są brane pod uwagę spotkania i wydarzenia spełniające takie warunki jak: skupiają minimum 10 uczestników, trwają co najmniej pół dnia, tj. cztery godziny i więcej, miejsce (obiekt), w którym odbywa się spotkanie zostało opłacone specjalnie w tym celu.

Raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry 2011” jest narzędziem, które ma udowodnić kluczową rolę przemysłu spotkań w rozwoju gospodarki turystycznej w Polsce.

Promocja Polski na europejskich rynkach, nowe inicjatywy związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu, współpraca z licznymi stowarzyszeniami czy wreszcie wspólne działania promocyjne polskich podmiotów to najważniejsze fakty związane z 2010 rokiem. Przedstawiamy analizę opartą o pozyskane dane i zapraszamy do współpracy z Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej.

Krzysztof Celuch, Ewa Dziedzic

We are pleased to present you with the report entitled “Poland Meetings and Events Industry 2011”. The second edition of this publication is another attempt to assess the volume of the phenomenon of organising meetings and events included in the meetings industry.

The Polish Presidency of the European Union, the preparations for EURO 2012, and the promotional campaign of the Polish Tourist Organisation are only a few of the events deserving mention when presenting the diverse nature of the meetings and events discussed in this report. The new contents of this year’s publication cover over 320 venues, 18000 meetings and events, and successive cities and regions participating in the study.

The presented analysis is based on the standards accepted in the study on tourism related to the “Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry Developing a Tourism Satellite Account Extension” meetings, prepared by the World Tourism Organisation (UNWTO) and affiliated members, including the International Convention and Congress Association (ICCA), Meeting Professionals International (MPI) and Reed Travel Exhibitions. In compliance with UNWTO standards, the statistical studies consider the meetings and events fulfilling such conditions as the concentration on a minimum of 10 participants, the minimum duration of half a day, i.e. four hours and more, duration location (venues) of the meeting hired particularly for this purpose.

“Poland Meetings and Events Industry 2011” report is a tool intending to prove the key role of the meetings industry in the development of the tourism economy in Poland.

The most important facts associated with the year 2010 include Poland’s promotion on European markets, new initiatives associated with the social responsibility of business, cooperation with numerous associations, and lastly the collective promotional operations of Polish entities. We present an analysis based on the obtained data, and invite cooperation with the Poland Convention Bureau of the Polish Tourist Organisation.

Krzysztof Celuch, Ewa Dziedzic

Polska w rankingach międzynarodowych organizacji przemysłu spotkań

Polska jako kraj, który coraz aktywniej promuje przemysł spotkań na świecie i przyciąga nowe wydarzenia do poszczególnych miast częściej również zwraca uwagę również na swoją pozycję w rankingach i statystykach. Polskie miasta współpracują już nie tylko z organizatorami, obiektami typowo konferencyjnymi, ale także z muzeami, obiektami unikatowymi, placówkami rządowymi czy miejscami na codzień niedostępnymi, a jednak goszczącymi spotkania i wydarzenia o charakterze biznesowym.

Polska jako destynacja dla spotkań i wydarzeń jest już nie do końca nowością, ale staje się destynacją, apirującą do bycia miejscem, którego nie można ominąć. Jednakże świadomość budowania wspólnej i jednolitej wizji promocji polskiego przemysłu spotkań nie jest do końca wykształcona wśród podmiotów prywatnych i publicznych. Należy jednak odnotować, iż pomimo to współpraca ta jest coraz bardziej owocna i przynosząca wymierne rezultaty we wspólnych działaniach promocyjnych. 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 dycyzyjną dla organizatorów kongresów.

ICCA jest organizacją reprezentującą ponad 900 firm i instytucji z 86 krajów w następujących obszarach związanych z obsługą spotkań stowarzyszeń: organizacja i koordynacja, transport oraz zakwaterowanie. 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.

Poland in the rankings of international meetings industry organisations

Being a country that is more and more active in the promotion of the meetings industry over the world and attracts new events to individual cities, Poland also pays more attention to its position in rankings and statistics. Polish cities cooperate not only with organisers and conference-oriented sites, but also museums, unique sites, Government agencies, and locations which are inaccessible on an everyday basis, but host meetings and events of a business nature.

Poland is no longer something new as a destination for meetings and events, but is becoming a destination aspiring to be a place which one cannot pass over. However, the awareness of building a collective and uniform vision of promoting the Polish meetings industry is not fully formed among private and public entities. Nevertheless, it should be noted that despite this, cooperation is increasingly fruitful and brings measurable results in collective promotional actions. Presented below are examples of the analyses of the Polish meetings market by significant global organisations operating in the promotion and conduction of statistical studies.

The number of meetings in Poland during the years 2001–2010 according to the 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 most well-known and valued reports depicting the numbers of organised meetings of associations in any given country. These two organisations annually prepare statistics concerning the meetings industry. Both rankings entice further development of destinations and are often a significant decisional factor for congress organisers.

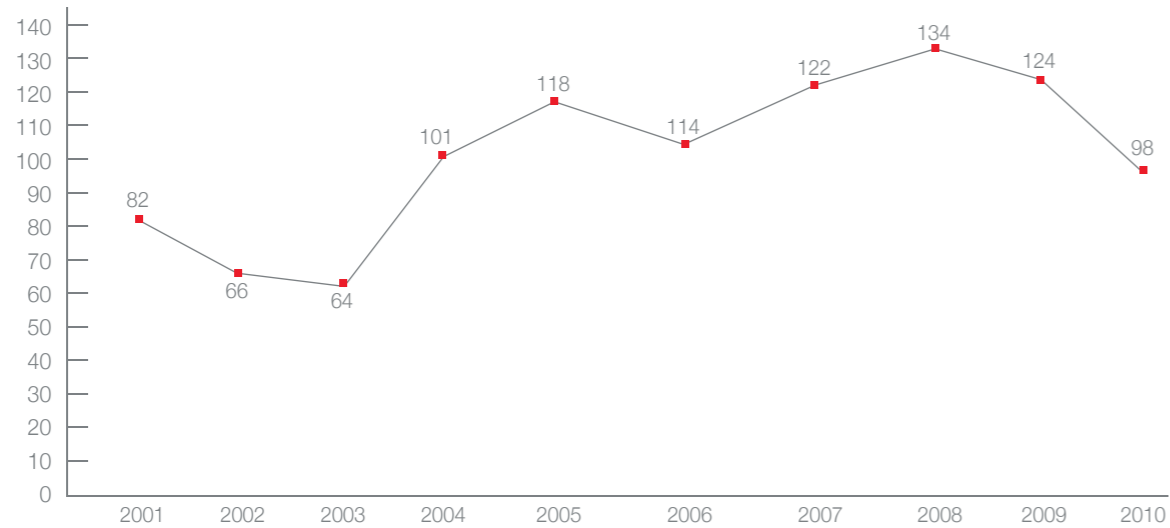
ICCA is an organisation representing over 900 companies and institutions from 86 countries in the following areas associated with the servicing of meetings of associations: organisation and coordination, transport and accommodation. ICCA creates its ranking on the basis of collected data on association meetings, divided into two categories: international 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.

Na tej podstawie w ramach systematycznie prowadzonych analiz powstaje co roku raport „Statistics Report The International Association Meetings Market”. Dane tego raportu wykazują, iż w 2010 roku Polskę jako miejsce organizacji swojego spotkania wybrały 98 stowarzyszenia zrzeszające ekspertów z różnych dziedzin tematycznych. (Rys. 1)

The “Statistics Report The International Association Meetings Market” is created each year on this basis within the scope of systematically-maintained analyses. The data in this report indicate that in 2010, 98 associations of experts from various subject fields selected Poland as the location for the organisation of their meetings. (Fig. 1)

Rys. 1. Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce w latach 2001–2010 według ICCA
Fig. 1. Number of association meetings organized in Poland in the years 2001–2010 by ICCA



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

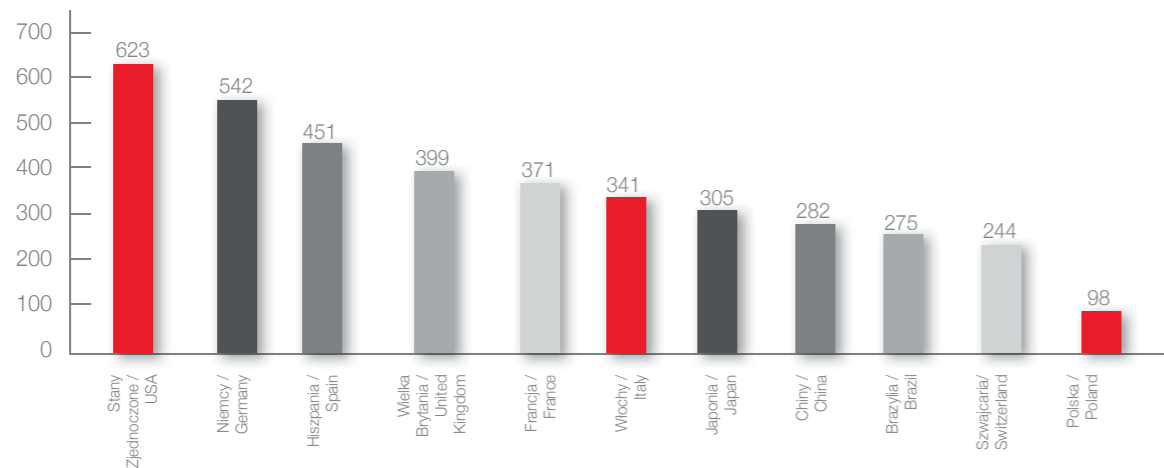
ICCA w 2010 sklasyfikowała Polskę na 32 miejscu. W pierwszej trójce znalazły się natomiast: Stany Zjednoczone (623), Niemcy (542) oraz Hiszpania (451). (Rys. 2).

In 2010, ICCA classified Poland in 32nd place. The top three included the United States (623), Germany (542) and Spain (451). (Fig. 2)

Biorąc pod uwagę raport ICCA warto również zwrócić uwagę na klasyfikację miast. I tak w 2010 roku na na 59 miejscu z 31 spotkaniami znalazł się Kraków, na 65. miejscu z 28 spotkaniami uplasowała się Warszawa, na 196. z 9. spotkaniami Poznań oraz na 215. Wrocław z 8 spotkaniami. (Rys. 3)

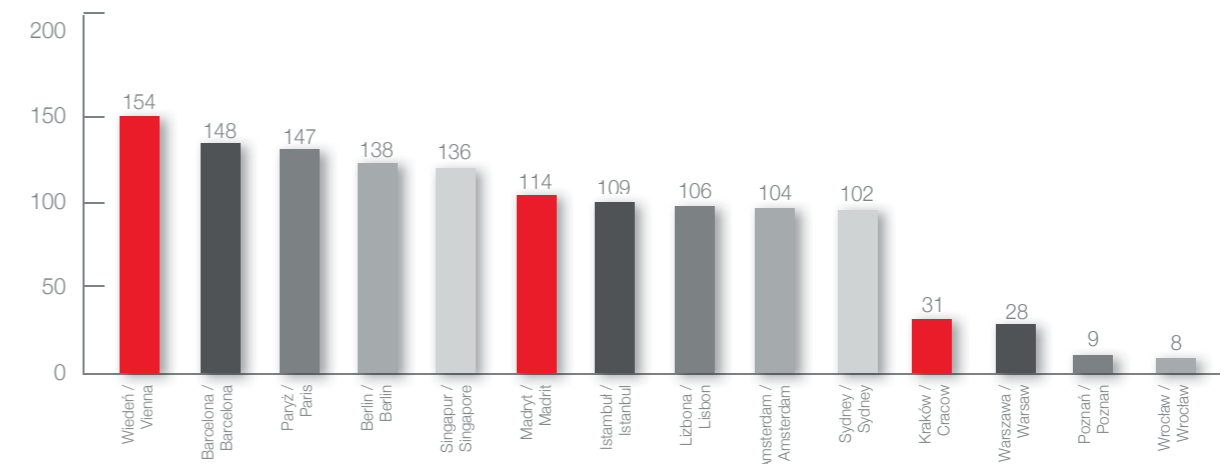
In consideration of the ICCA report, the classification of cities should also be noted. And so, in 2010 Kraków was in 59th place with 31 meetings, Warsaw in 65th place with 28 meetings, Poznań in 196th place with 9 meetings, and Wrocław in 215th place with 8 meetings. (Fig. 3)

Rys. 2. Ranking państw na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2010 wg ICCA
Fig. 2. Ranking of countries based on the number of association meetings organized in 2010 by ICCA



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

Rys. 3. Ranking miast na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2010 wg ICCA / Fig. 3. Ranking of cities on the basis of the number of association meetings organized in 2010 by ICCA



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

Liczba spotkań w Polsce w latach 2003–2010 wg Union of International Associations (UIA)

Number of meetings in Poland in the years 2003–2010 by the Union of International Associations (UIA)

2.2

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

The second 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 simultaneously fulfil the following four criteria:

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

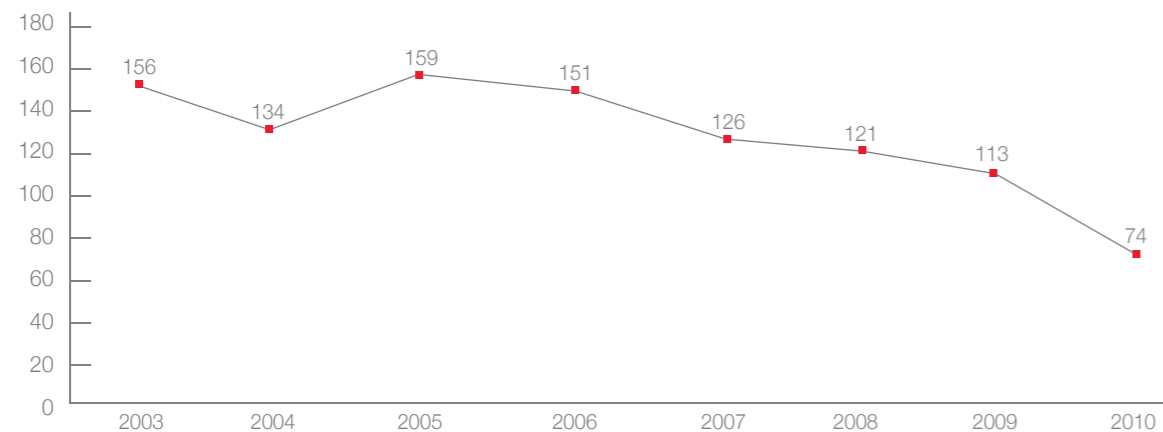
- duration of minimum 3 days,
- attract a minimum of 300 participants,
- the participants originate from minimum five countries,
- a minimum of 40% of the participants come from abroad.



Na podstawie tego źródła odnotowano, iż w 2010 odbyły się w Polsce 74 spotkania. (Rys. 4). Natomiast do przodujących państw w roku 2010 należy zaliczyć Stany Zjednoczone, Japonię, Singapur, Francję, Belgię, Hiszpanię, Niemcy, Koreę Płd, Wielką Brytanię i Austrię. (Rys. 5)

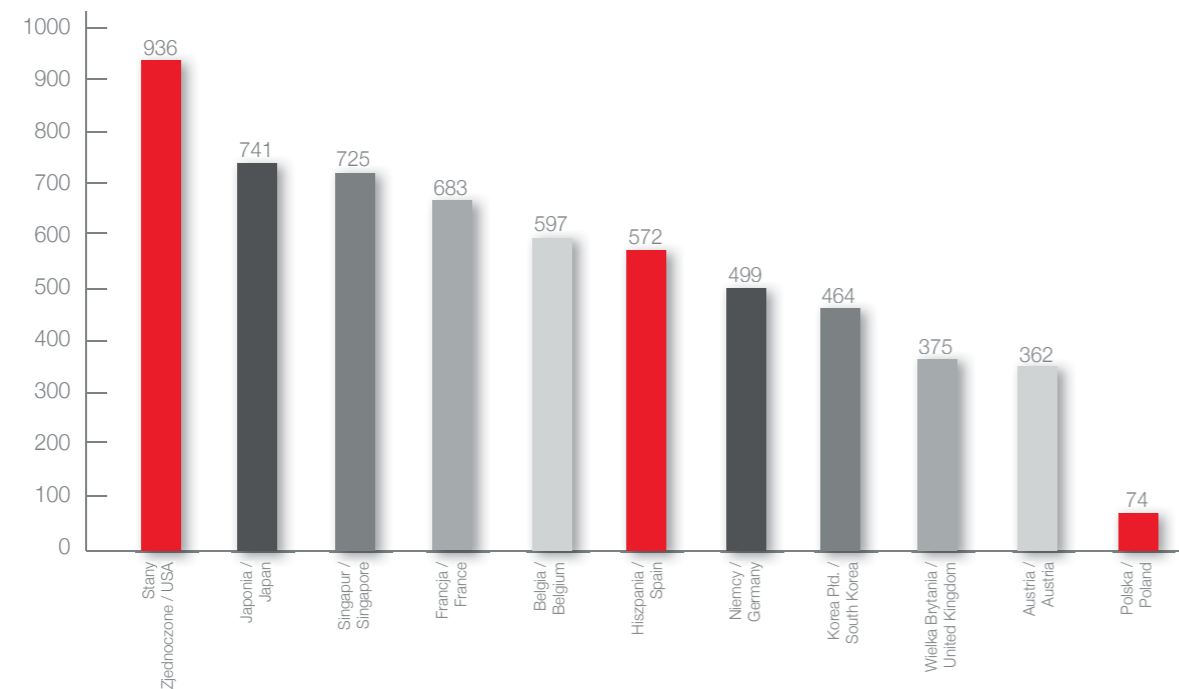
This source served as the basis for the record of 74 conducted meetings in Poland during the year 2010. (Fig. 4). The leading countries in 2010 include the United States, Japan, Singapore, France, Belgium, Spain, Germany, South Korea, Great Britain, and Austria. (Fig. 5)

Rys. 4. Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce w latach 2003–2010 według UIA
Fig. 4. Number of association meetings organized in Poland in the years 2003–2010 by UIA



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

Rys. 5. Ranking państw na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2010 wg UIA
Fig. 5. Ranking of countries based on the number of association meetings organized in 2010 by the UIA.



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

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

Both the reports (ICCA, UIA) analyse the meeting of such criteria as the number of participants, fields, and subjects, as well as their nature. The diversity of the criteria used by both associations is significant; however, despite this their results are often comparable. Furthermore, both organisations exchange data on association meetings, and their members have access to the databases and detailed records of both ICCA and UIA.

Porównanie statystyk ICCA oraz UIA w latach 2003–2010 dla Polski

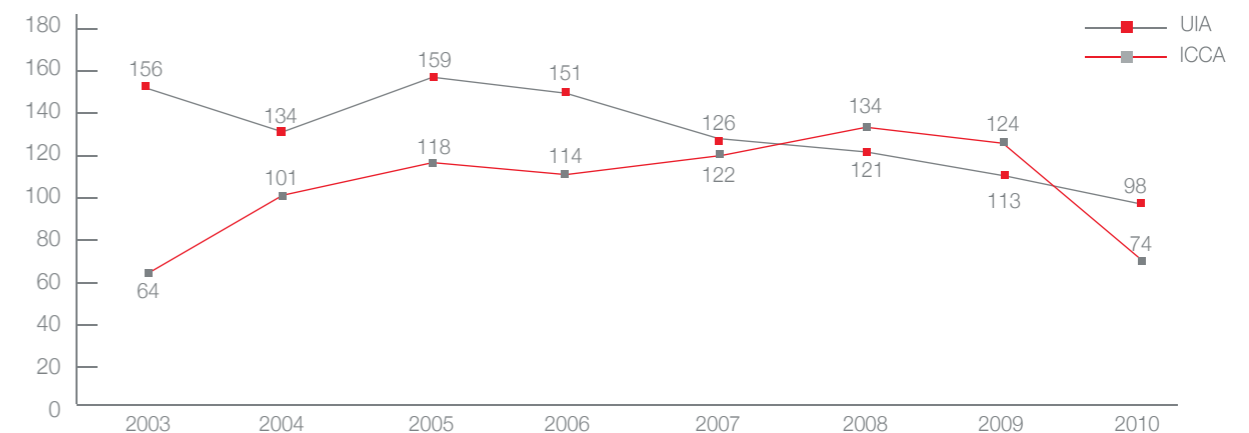
Comparison of ICCA and UIA statistics for the years 2003–2010 for Poland

2.3

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. 6

The number of meetings qualified by the International Congress and Convention Association (ICCA) and the Union of International Associations (UIA) is different due to the aforementioned accepted criteria of defining general collectiveness. However, it is worthwhile to compare and present a direct list of the number of meetings organised in Poland, which is depicted in Fig. 6

Rys. 6. Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce według statystyk stowarzyszeń ICCA/UIA w latach 2003–2010
Fig. 6. Number of association meetings organized in Poland according to ICCA/UIA statistics in the years 2003–2010



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

Wykres na rys.6 ukazuje liczbe spotkań stowarzyszeń sklasyfikowanych przez ICCA i UIA w latach 2003–2010. Zgodnie z danymi UIA na terenie Polski najwięcej spotkań (159) zorganizowano w 2009 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).

The chart on Fig. 6 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. Meanwhile, according to ICCA data, the best year was 2008 (121 meetings). The worst year according to UIA data was 2010 (74 meetings), and according to ICCA data – 2003 (64 meetings).

Celem uszczegółowienia powyższych danych można zestawić szczegółowe informacje o konkretnych imprezach, które odbyły się w Polsce w 2010 roku.

In order to present the details of the above data, it is possible to list the detailed information on specific happenings held in Poland during the year 2010.

Spis spotkań stowarzyszeń w Polsce w 2010 roku

List of associations meetings in Poland in 2010

Data / Date	Wydarzenie / Event title	Gdzie / Where
09.03.2010–10.03.2010	Baltic Container Conference 2010	Gdańsk
12.03.2010–14.03.2010	Medical Trends	Poznań
12.03.2010	NATO's new strategic concept	Warszawa
13.04.2010	Trans-Port and Energy	Gdańsk
20.04.2010–23.04.2010	European Wind Energy Association Conference and Exhibition – EWEC 2010	Warszawa
25.04.2010–30.04.2010	The Solidarity Academy 2010	Gdańsk
26.04.2010–02.05.2011	European Pharmaceutical Students Association – EPSA	Kraków
28.04.2010–02.05.2010	European Rotaract Convention- EUCO 2010	Warszawa
06.05.2010–07.05.2010	II Music-therapy Session	Bydgoszcz
12.05.2010–14.05.2010	EUROLOG	Poznań
12.05.2010–16.05.2010	International Spring Seminar on Electronics Technology – ISSE	Warszawa
13.05.2010–15.05.2010	Central European Congress of Intensive Care Medicine – CECIM	Poznań
13.05.2010–15.05.2010	European Conference on Rare Diseases – EDRD	Kraków
14.05.2010–15.05.2010	Annual Meeting of the European Cyclists Federation – ECF	Tczew
16.05.2010–18.05.2010	European Investment Casters Federation (EICF) Conference – EICF	Kraków
19.05.2010–20.05.2010	The Third Polish Congress of Intelligent Transport Systems ITS 2010 – ITS 2010	Warszawa
20.05.2010–21.05.2010	Recirculation in constructing vehicles – ICRM	Bydgoszcz
26.05.2010–29.05.2010	Polish Nephrology Society Congress	Bydgoszcz
27.05.2010–29.05.2010	Conference of the European Demolition Association – EDA	Warszawa
29.05.2010–30.05.2010	European Rugby Conference – EuRoKo	Kraków
31.05.2010–02.06.2010	European Economic Congress – EEC	Katowice
02.06.2010–04.06.2010	Coloproctology	Kraków
06.06.2010–09.06.2010	International Colloquium on Animal Cytogenetics and Gene Mapping – ICACGM	Kraków
09.06.2010–10.06.2010	Energy Trading Central & South Eastern Europe – CSEE	Warszawa
11.06.2010–13.06.2010	European Workshop on General Equilibrium Theory – EWGET	Kraków
13.06.2010–16.06.2010	International Workshop on Electromagnetic Nondestructive Evaluation – ENDE	Szczecin
17.06.2010–19.06.2010	Conference of the International Association for the History of Nephrology – IAHN	Torun
23.06.2010–25.06.2010	Congress of the European University Information Systems Organisation – EUNIS	Warszawa
23.06.2010–25.06.2010	International KES Symposium on Agents and Multi-agent Systems – Technologies and Applications KES AMSTA	Gdynia
27.06.2010–30.06.2010	Global Finance Conference – GFC	Poznan

Data / Date	Wydarzenie / Event title	Gdzie / Where
28.06.2010–30.06.2010	International Conference on Rough Sets and Current Trends in Computing – RSCTC	Warszawa
30.06.2010–03.07.2010	Mid-Year Meeting of the International Neuropsychological Society – INS	Kraków
04.07.2010–09.07.2010	European Conference on Research in Chemical Education – ECRICE	Kraków
04.07.2010–07.07.2010	International Conference on Computer Based Learning in Science – CBLIS	Warszawa
07.07.2010–10.07.2010	International Utopian Studies Conference – IUSC	Lublin
07.07.2010–09.07.2010	ICCA Research, Sales and Marketing Programme-ICCA RSMP	Gdańsk
09.07.2010–11.07.2010	WIKIMANIA	Gdańsk
11.07.2010–16.07.2010	International Liquid Crystal Conference – ILCC	Kraków
11.07.2010–15.07.2010	18 International Conference on Phosphorus Chemistry – ICPC	Wrocław
11.07.2010–17.07.2010	18 International Congress of Arachnology – CIDA	Siedlce
17.07.2010–22.07.2010	16 European Bioenergetics Conference – EBEC	Warszawa
18.07.2010–23.07.2010	Atomic Collisions	Kraków
18.07.2010–23.07.2010	24th International Conference on Atomic Collisions in Solids – ICACS	Kraków
19.07.2010–23.07.2010	International Cryogenic Engineering Conference and International Cryogenic Materials Conference ICEC-ICMC	Wrocław
19.07.2010–23.07.2010	International Conference on Computer Simulation of Radiation Effects in Solids-COSIRES	Kraków
30.07.2010–07.08.2010	Congress of the International Association for Germanic Studies – IVG	Warszawa
15.08.2010–20.08.2010	9th International Conference on Monte Carlo and Quasi-Monte Carlo Methods in Scientific Computing-MCQMC	Warszawa
16.08.2010–20.08.2010	Workshop on Fire Blight	Warszawa
23.08.2010–28.08.2010	JEMS	Kraków
26.08.2010–29.08.2010	Eurocon	Cieszyn
29.08.2010–02.09.2010	17th Congress of the European Anthropological Association – EAA	Poznań
31.08.2010–04.09.2010	23rd General Conference of the Condensed Matter Division of the European Physical Society-CMD	Warszawa
01.09.2010–04.09.2010	4 Intercongress Meeting of the European Society of Pathology – ESP	Kraków
01.09.2010–03.09.2010	6th International Conference on Microwave Materials and Their Applications – MMA	Warszawa
04.09.2010–09.09.2010	17th International Symposium on Homogeneous Catalysis – ISHC	Poznań
05.09.2010–08.09.2010	International Symposium on Nonlinear Theory and its Applications-NOLTA	Kraków
05.09.2010–08.09.2010	41st International Symposium on Essential Oils-ISEO	Wrocław
05.09.2010–08.09.2010	11 European Symposium on Calcium Binding Proteins in Normal and Transformed Cells – ESCBPNTC	Warszawa
08.09.2010–12.09.2010	17 International Concurrent Engineering Conference – CE	Kraków
08.09.2010–11.09.2010	Nuclear Medicine	Wrocław
10.09.2010–12.09.2010	40 European Congress of Ophthalmology – ECLSO	Warszawa
11.09.2010–15.09.2010	11th International Conference on Parallel Problem Solving From Nature-PPSN	Kraków

Data / Date	Wydarzenie / Event title	Gdzie / Where
12.09.2010–17.09.2010	38th Congress of the International Association of Hydrogeologists – IAH	Kraków
13.09.2010–17.09.2010	17th European Meeting of the Society for Vector Ecology – ESOVE	Wrocław
13.09.2010–15.09.2010	3 International Conference on Critical Approaches to Discourse Analysis Across Disciplines – CADAAD	Łódź
14.09.2010–18.09.2010	PTChem i SITPChem	Gliwice
15.09.2010–17.09.2010	CARPATICUM	Kraków
17.09.2010–18.09.2010	ESPACOMP	Łódź
19.09.2010–24.09.2010	17 International Conference on Mechanics in Medicine and Biology –ICMMB	Kraków
19.09.2010–23.09.2010	XV Międzynarodowa Konferencja nt. Metali Ciężkich w środowisku – ICHMET	Gdańsk
19.09.2010–22.09.2010	15 International Symposium on Audiological Medicine – IAPA	Kraków
20.09.2010–22.09.2010	Polish Operational and Systems Research Society – BOS 2010	Bydgoszcz
22.09.2010–25.09.2010	ARTMUSFAIR	Warszawa
23.09.2010–24.09.2010	European Private Law	Katowice
02.10.2010–04.10.2010	Congress of the Belgian Association of Travel Agents UPAV – UPAV	Kraków
02.10.2010–09.10.2010	108 Annual Meeting of the New York Section of the American Urological Association – NY AUA – NY AUA	Kraków
04.10.2010–06.10.2010	ENIRAS	Warszawa
06.10.2010–07.10.2010	Renewable Energy Congress	Warszawa
07.10.2010–08.10.2010	14CEAS-ASC Workshop & 5 Scientific Workshop of X3-NOISE-CEAS-ASC	Warszawa
14.10.2010–16.10.2010	12th Woman Against Violence Europe Conference – WAVE	Warszawa
17.10.2010–19.10.2010	III Forum Europa Nostra	Gdynia
21.10.2010–23.10.2010	60 Council Meeting of the European Communities Trade Mark Association ECTA	Kraków
27.10.2010–29.10.2010	eChallenges	Warszawa
28.10.2010–29.10.2010	6th European Conference on Management Leadership and Governance – ECMLG	Wrocław
18.11.2010–20.11.2010	6th Central European Neurosurgical Society Meeting-CENS	Pułtusk
17.12.2010	TRANSMEC – 2010	Katowice



Spotkania i wydarzenia w Polsce w 2010 roku w świetle badań krajowych

Meetings and events in Poland in 2010 in the light of national studies



Metodyka badań

Research methodology

Raport „Przemysł spotkań w Polsce – Poland Meetings & Events Industry Report 2011” został przygotowany przez Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej przy współpracy z Katedrą Turystyki Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, miejskimi i regionalnymi Convention Bureau z Polski oraz obiektami, w których odbywają się spotkania i wydarzenia.

The “Poland Meetings & Events Industry Report 2011” was prepared by the Poland Convention Bureau of the Polish Tourist Organisation, with collaboration from the Department of Tourism at the Warsaw School of Economics, cities and regional Convention Bureaux from Poland, and venues hosting meetings and events.

Głównym celem raportu jest identyfikacja wielkości organizowanych na terenie Polski w 2010 roku spotkań i wydarzeń (m.in. społecznych, gospodarczych, biznesowych).

The main objective of the report is to determine the volume of the meetings and events (including social, economic and business) in Poland in 2010.

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

The study was directed to the people who collect statistical data in the aforementioned locations, as well as employees of cities and regional Convention Bureaux responsible for such operations.

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

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

- „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,

- “conference/congress” describing domestic and international association meetings with no visible division into Governmental and non-Governmental meetings),
- “corporate event”, describing company events with particular attention paid to training sessions, workshops, seminars, press conferences, product launches,
- “incentive events”, including trips, incentive trips of a “thank-you” and bonus nature,

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

Założenia i cele zostały zweryfikowane na podstawie analizy ilościowo-jakościowej oraz ujęte również w kontekście 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, ekonomia i antropologia,
- technologiczne – spotkania i wydarzenia związane z architekturą i urbanistyką, automatyka i robotyka, biocybernetyka, 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 przedmiotowy analizy objął spotkania i wydarzenia, które odbyły się na terenie polskich miejscowości w 2010 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 na terenie Polski.

W celu przygotowania odpowiedzi na wyżej wymienione założenia badawcze w 2008 roku miejskie i regionalne Convention Bureaux przygotowały wzór ankiety, który został zaakceptowany przez wszystkie instytucje i następnie wprowadzony w regionach. Zbieranie danych do ankiet odbywało się w 2010 roku.

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

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

- “trade fairs/exhibitions”, dedicated to large events with a random theme, usually held on fair sites.

The principles and objectives were verified on the basis of qualitative-quantitative analyses, and covered in the field context, divided into meetings and events falling to the following theme groups: humanist, technological, information and communication technologies, economics and politics, and medical. The nature of the above groups is as follows:

- humanist – meetings and events associated with culture, arts such as art history, musicology, ethics, philosophy, and those associated with society, such as history, archaeology, sociology, psychology, economics and anthropology,
- technological – meetings and events associated with architecture and urban planning, automation and robotics, biocybernetics, construction, electronics, electrotechnology, geodesy and cartography, mining, engineering, chemical technology, and transport,
- 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,
- economics and politics – meetings and events associated with economics, politics, finances, management studies, and 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 towns in 2010, with particular attention turned to the cities and regions with Convention Bureaux units, and individual sites 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 value within Poland.

In order to prepare answers to the aforementioned study principles, in 2008 the cities and regional Convention Bureaux prepared a questionnaire model, which was accepted by all institutions, and subsequently introduced into the regions. The data for the questionnaires was collected in 2010.

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

- hotels
- conference and fair centres
- higher-education academies leasing facilities for the organisation of meetings and events
- cultural sites leasing facilities for organisation of meetings and events
- historical objects (castles, palaces, manor houses)
- other

Charakterystyka próby badawczej

W badaniu wzięło udział 326 obiektów, w których istnieje możliwość organizacji spotkań i wydarzeń w Polsce.

Ankieta została przekazana do dziewięciu miejskich i regionalnych Convention Bureaux, z czego 8, przekazało jej wyniki zgodnie z wcześniej ustalonymi wytycznymi. Ponadto została ona przesłana do ponad 100 obiektów konferencyjnych, w tym wszystkich hoteli 4 i 5 gwiazdkowych w Polsce.

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

Rodzaj obiektu / Site type	Liczba spotkań/wydarzeń / Number of meetings and events
Hotele / Hotels	6611
Centra konferencyjno-targowe / Conference and fair centres	2163
Uczelnie wyższe wynajmujące sale pod organizację spotkań i wydarzeń / Higher-education academies leasing facilities for the organisation of meetings and events	563
Obiekty kulturalne wynajmujące sale pod organizację spotkań i wydarzeń / Cultural sites leasing facilities for the organisation of meetings and events	451
Obiekty historyczne (zamki, pałace, dwory) / Historical objects (castles, palaces, manors)	671
Inne / Other	528
Razem / Total	10987*

* bez danych od Kraków Convention Bureau

Podsumowując warto odnotować, że analizowane obiekty stanowią jedynie fragment wszystkich, które mają możliwość goszczenia spotkań i wydarzeń związanych z przemysłem spotkań. Natomiast są to obiekty, z którymi współpraca dotycząca zbierania szczegółowych danych może zaowocować w przyszłości powstaniem szczegółowego materiału dotyczące charakteru organizowanych na terenie Polski spotkań stowarzyszeń oraz wydarzeń korporacyjnych. W porównaniu z rokiem ubiegłym w badaniu wzięło o 256 obiektów więcej, co prognozuje dalszą udaną współpracę.

Characteristics of the survey population

The study covered 326 venues capable of organising meetings and events in Poland.

The questionnaire was submitted to nine cities and regional Convention Bureaux, eight of which returned its results in compliance with the previously-defined guidelines. Furthermore, it was sent to over 100 conference venues, including all four and five-star hotels in Poland.

The surveyed sites were dominated by hotels. Conference and fair centres, higher education academies, and cultural and historical sites were also significant to the study.

In summary, it is worth mentioning that the analysed venues comprise only a fragment of all those capable of hosting meetings and events associated with the meetings industry. However, these are sites with the potential for the future creation of detailed material on the nature of the meetings of associations and corporate events organised in Poland. Compared to the previous year, 256 more sites took part in the study, which bodes well for further successful cooperation.



Raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry Report 2011” obejmuje analizę 18000 spotkań i wydarzeń z dziedziny gospodarki, kultury oraz polityki, które odbyły się w Polsce w 2010 roku. Publikacja zawiera analizę jakościowo- ilościowo oraz ekonomiczną, która w dużej mierze poświęcona jest szczegółom dotyczącym spotkań i wydarzeń oraz zawiera skrócone analizy poszczególnych zagadnień.

The “Poland Meetings and Events Industry Report 2011” covers an analysis of 18000 meetings and events in the fields of economy, culture and politics, which were held in Poland during the year 2010. The publication contains a qualitative-quantitative and economic analysis, which is mainly dedicated to the details concerning meetings and events, as well as brief analyses of individual issues.



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

Analizę ilościową rozpoczniemy od analizy sezonowości spotkań i wydarzeń (Tab. 1).

A quantitative analysis (number of participants according to subject and type of meeting, number of meetings, and monthly classification of meetings and events)

The quantitative analysis begins with an analysis of the seasonality of meetings and events (Tab. 1).

Tab. 1. Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w 2010 roku / The seasonality of the number of meetings and events in 2010

Miesiące / Months	Liczba / Number	%
Styczeń / January	981	5
Luty / February	1 201	7
Marzec / March	1 598	9
Kwiecień / April	1 506	8
Maj / May	1 908	11
Czerwiec / June	1 825	10
Lipiec / July	885	5
Sierpień / August	884	5
Wrzesień / September	2 184	12
Październik / October	2 159	12
Listopad / November	1 747	10
Grudzień / December	1 122	6
Razem / Total	18 000	100



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT / Source: Own study on the basis of PCB PTO data

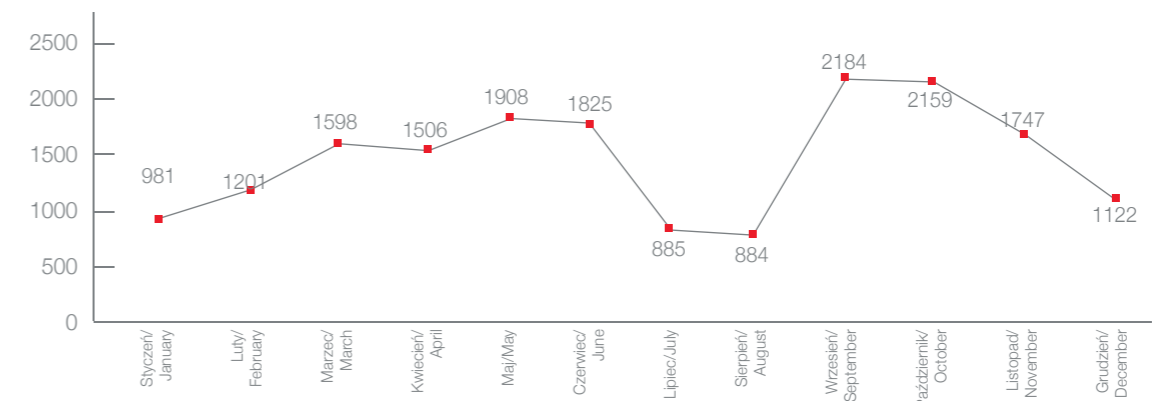
Najlepszym miesiącem z punktu widzenia liczby spotkań i wydarzeń okazał się wrzesień, w którym odbyło się 2184 spotkań i wydarzeń, co dało 12% w skali roku. Na kolejnych miejscach zostały sklasyfikowane październik (2159 – 12%) i maj (1908 – 11%). Kolejne były miesiące czerwiec i listopad. Natomiast lipiec i sierpień to okres, w którym odbyło się najmniej spotkań i wydarzeń (885 – 5%, 884 – 5%).

Okresem, w którym można zaobserwować stabilizację są: marzec i kwiecień, maj i czerwiec oraz wrzesień i październik (Rys. 7).

From the viewpoint of the number of meetings and events, the best month turned out to be September, which hosted 2184 meetings and events, which produced 12% on an annual scale. The next classified positions were taken by October (2159 – 12%) and May (1908 – 11%). The next months were June and November, whereas July and August comprise a period with the fewest number of meetings and events (885 – 5%, 884 – 5%).

The periods of visible stability are March and April, May and June, and September and October (Fig. 7).

Rys. 7. Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w 2010 roku / Fig. 7. Seasonal nature of meetings and events in 2010 quantitatively by month



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

Istotną cechą, która została przebadana jest czas trwania spotkań i wydarzeń w 2010 roku. I tak wszystkie ww. omawiane zostały podzielone na trzy grupy ze względu na ich czas trwania. Ponad 96%, co daje 17256 wszystkich spotkań/wydarzeń trwało mniej niż 3 dni. (Tab. 2) W tabeli 2 zostały również ujęte te, które trwały od 4 do 10 dni (3%) oraz powyżej 11 dni (1%) (Rys. 8).

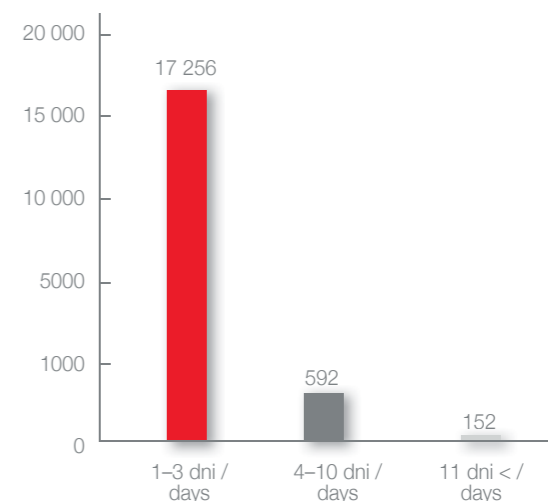
A significant feature subjected to the study is the duration of the meetings and events in 2010. All the meetings and events were divided into three groups, according to their duration. Over 96%, i.e. 17256, of all meetings and events lasted less than three days. (Tab. 2) Table 2 also presents those lasting between 4 and ten days (3%), and 11 days and more (1%) (Fig. 8).

Tab. 2. Liczba spotkań i wydarzeń według czasu trwania / Table 2. The number of meetings and events according to duration

Liczba dni / Numbers of days	Liczba / Amount	%
1–3 dni / days	17 256	96
4–10 dni / days	592	3
11 < dni / days	152	1
Razem / Total	18 000	100

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

Rys. 8. Liczba spotkań i wydarzeń według czasu trwania / Fig. 8. The number of meetings and events according to duration



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

Analizie ilościowej została również poddana liczba uczestników według rodzaju organizowanego spotkania i wydarzenia. W 2010 roku wzięło w nich w Polsce udział 3 542 729 tys. uczestników. Spotkania i wydarzenia zostały podzielone na pięć rodzajów tematycznych zgodnie z przyjętymi kategoriami przez regiony, miasta i obiekty, które przygotowują lokalne opracowania. (Tab. 3)

The number of participants according to the type of organised meeting or event was also subjected to quantitative analysis. In Poland in 2010 they were attended by 3,542,729 participants. The meetings and events were divided into five theme types in compliance with the accepted categories by regions, cities and venues which prepare local studies. (Tab. 3)

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

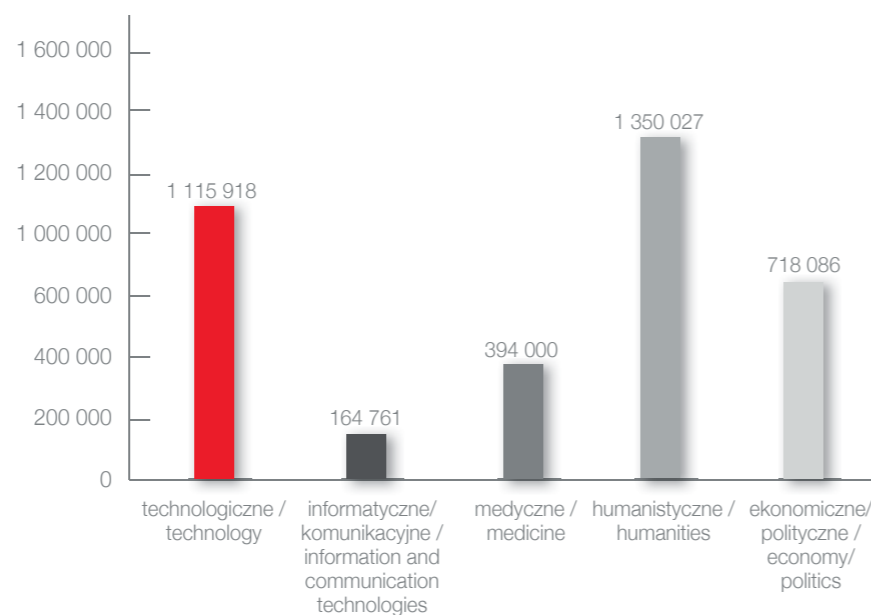
Rodzaj spotkania / Meeting type	Liczba uczestników / Number of participant	%
technologiczne / technology	1 115 918	31
informatyczne/komunikacyjne / information and communication technologies	164 761	5
medyczne / medicine	394 000	11
humanistyczne / humanities	1 350 027	38
ekonomiczne/polityczne / economy/politics	518 086	15
Razem / Total	3 542 792	100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT / Source: Own study on the basis of PCB PTO data

Największą frekwencją cieszyły się spotkania/wydarzenia o charakterze humanistycznym, w których w sumie wzięło udział 1 350 027 uczestników, co stanowiło 38% całości. Natomiast najmniejszą (5%) spotkania i wydarzenia tematycznie związane z informatyką i komunikacją – 164 761 osób. (Rys. 9). 518 086 tys. uczestników wzięło udział w tych o tematyce związanej z ekonomią i polityką. Natomiast spotkania i wydarzenia o charakterze technologicznym zgromadziły 1 115 918 tys. uczestników czyli 31%, a o charakterze medycznym – 394 000 tys. uczestników, to jest ponad 11% w skali roku.

The highest frequency was represented by humanist meetings/events, which hosted a total of 1,350,027 participants, approximately 38% of the total number. The lowest (5%) was represented by theme meetings and events associated with information technology and communication – 164,761 people. (Fig. 9). 518,086 participants attended those with themes related to economics and politics, while the meetings and events of a technological nature gathered 1,115,918 participants, i.e. 31%, and those of medical nature – 394,000 i.e. over 11% on an annual basis.

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



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

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

The report also covered the number of participants in meetings and events divided into the following four categories: trade fairs and exhibitions, congresses and conferences, corporate events, and incentive events (Tab. 4).

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

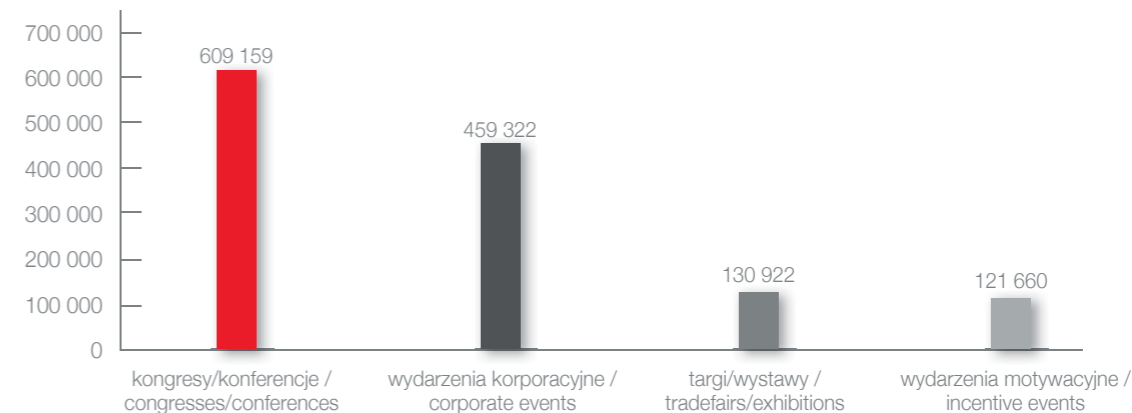
Kategoria / Category	Liczba uczestników / Number of participants	%
kongresy / konferencje / congresses / conferences	1 018 563	29
wydarzenia korporacyjne / corporate events	488 681	14
targi / wystawy / tradefairs / exhibitions	1 895 840	53
wydarzenia motywacyjne / incentive events	139 708	4
Razem / Total	3 542 792	100

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

Ponad 53% wszystkich uczestników opisywanych spotkań i wydarzeń stanowili biorący udział w targach i wystawach, zgromadziły one 1 895 840 osób. Kolejną grupę stanowili uczestnicy kongresów i konferencji: 1 018 563 osób (29%) oraz wydarzeń korporacyjnych: 488 681 uczestników (14%). Najmniej liczną kategorią jeśli chodzi o uczestnictwo okazały się imprezy motywacyjne (139 708 uczestników – 4%) (Rys. 10).

Over 53% of all participants of the discussed meetings and events comprised those attending trade fairs and exhibitions, which attracted 1,895,840 people. The next group was comprised participants in congresses and conferences: 1,018,563 people (29%), and corporate events: 488,681 participants (14%). The least numerous category of participation turned out to be incentive events (139,708 participants – 4%) (Fig. 10).

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



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

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

The number of participants divided into individual months was also subjected to qualitative analysis (Tab. 5).

Na tej podstawie zostały określone miesiące, w których najczęściej uczestników brało udział w spotkaniach i wydarzeniach w Polsce. I tak pierwsze miejsce zajmuje marzec, podczas którego wzięło w nich udział 492 535 uczestników, co stanowi 14% w kontekście całego roku. Tuż za nim sklasyfikowany został wrzesień z 481 455 uczestnikami (14%).

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 first place is taken by March, which saw the attendance of 492,535 participants, comprising 14% in the context of the entire year. It was followed by September, with 481,455 participants (14%).

Ponadto więcej niż 420 tysięcy uczestników wzięło udział w spotkaniach i wydarzeniach w takich miesiącach jak: maj (428 337), październik (430 869) oraz listopad (426 154). Najgorszym miesiącem okazał się: sierpień, który z 96 373 uczestnikami zajął ostatnie miejsce w skali roku, z udziałem 3%. (Rys. 11).

Furthermore, over 420 thousand participants attended meetings and events during such months as May (428,337), October (430,869), and November (426,154). The worst month turned out to be August, which took last place on the annual scale with 96,373 participants, a share of 3%. (Fig. 11).

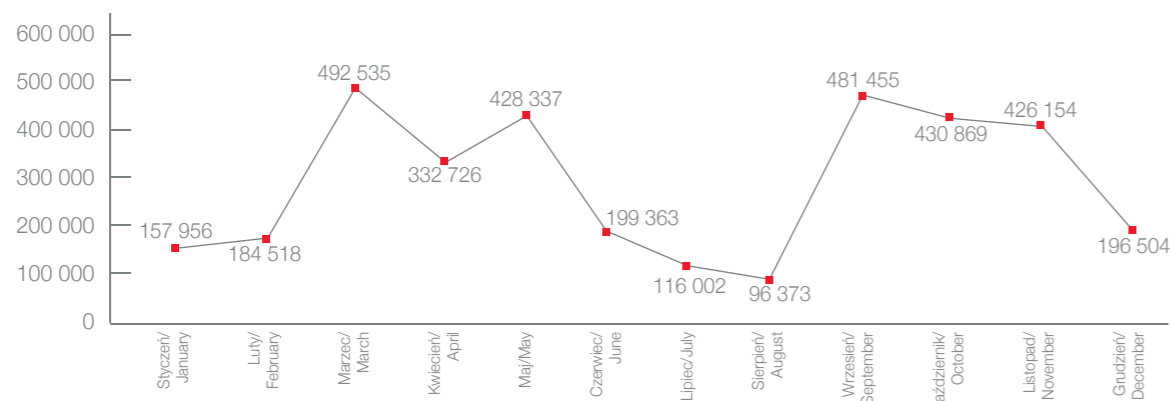


Tab. 5. Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach / Table 5. Seasonal nature of meetings and events quantitatively by month

Miesiące / Months	Liczba / Number	%
Styczeń / January	157 956	4
Luty / February	184 518	5
Marzec / March	492 535	14
Kwiecień / April	332 726	9
Maj / May	428 337	12
Czerwiec / June	199 363	6
Lipiec / July	116 002	3
Sierpień / August	96 373	3
Wrzesień / September	481 455	14
Październik / October	430 869	12
Listopad / November	426 154	12
Grudzień / December	196 504	6
Razem / Total	3 542 792	100

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

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



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

3.3.2

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

Analizę jakościową spotkań i wydarzeń odbywających się na terenie Polski rozpoczynamy od charakterystyki uczestników według destynacji ich pochodzenia. I tak w 2010 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 zostały stworzone cztery grupy geograficzne, w tym Polska została uwzględniona oddzielnie.

Na podstawie analizy 18000 spotkań i wydarzeń zostały one dopasowane do ww. grup. (Tab. 6). Ze względu na trudno-

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

The qualitative analysis of meetings and events taking place in Poland begins with the description of the participants according to their origin destination. And so in 2010 they were conducted mainly with the attendance of Polish participants, which much like last year is proven by the analysis by division into countries and continents. Four geographical 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 18000 meetings and events. (Tab. 6).

ści o określeniu 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 uczestników, dlatego pozyskane informacje zostały przygotowane w większości przez organizatorów na bazie kontaktów ze zleceniodawcami.

16 935 spotkań i wydarzeń odbyło się z uczestnikami z Polski, co w sumie dało 94,08% wszystkich spotkań. Kolejną grupę (5,07%) stanowiły spotkania z uczestnikami w większości pochodzącymi z krajów europejskich (912 spotkań i wydarzeń).

Pozostałą część tworzy grupa imprez z delegatami pochodzącymi z Ameryki 0,6 % i Azji 0,25% (Rys. 12)

Analizą jakościową objęto również podział na rodzaje spotkań i wydarzeń z punktu widzenia przedmiotu nauk (Tab. 7).

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

16,935 meetings and events took place with participants from Poland, which was a total of 94.08% of all meetings. The next group (5.07%) was composed of meetings with participants mainly from other European countries (912 meetings and events).

The remaining part comprises the event group with delegates from America, 0.6 %, and Asia, 0.25% (Fig. 12)

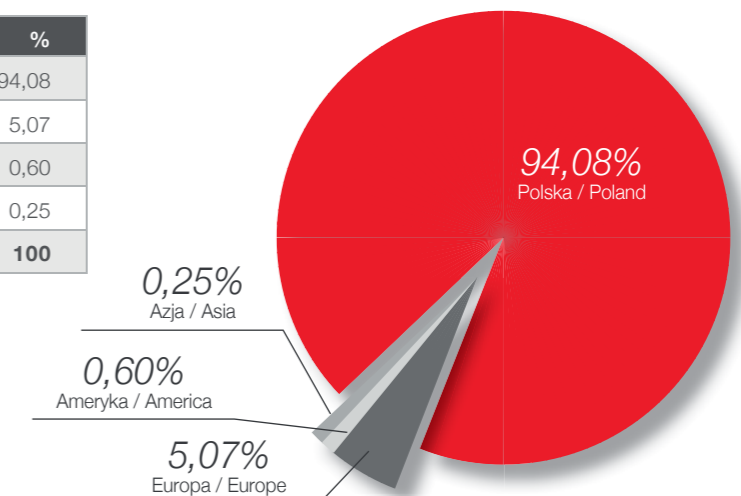
The qualitative analysis also covered the division into meeting and event types from the viewpoint of the scientific subject (Tab. 7).

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

Kraje / Countries	Liczba / Number	%
Polska / Poland	16 935	94,08
Europa / Europe	912	5,07
Ameryka / America	108	0,60
Azja / Asia	45	0,25
Razem / Total	18 000	100

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

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



Największą grupę z nich (32%) stanowiły spotkania i wydarzenia z zakresu nauk technologicznych (5899). Kolejne miejsce zajmują spotkania i wydarzenia z grupy nauk ekonomiczno-politycznych – 5395 (30%) oraz te z grupy nauk humanistycznych – 3477 (19%).

Na dalszych pozycjach znalazły się spotkania i wydarzenia poświęcone tematyce medycznej – 1935 (11%) oraz informacyjne i komunikacyjne – 1394 (8%) (Rys. 13).

In this case, the largest group (32%) was composed of meetings and events in the field of technology studies (5,899). They were followed by meetings and events on the economy and political sciences – 5,395 (30%), and those in the group of humanist studies – 3,477 (19%).

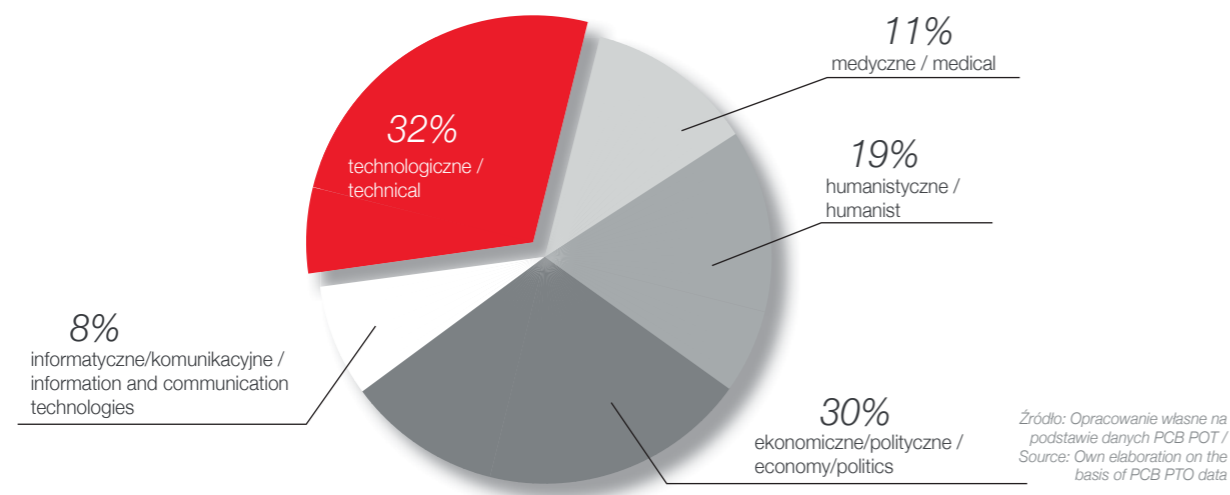
Further places were taken by meetings and events dedicated to medical – 1,935 (11%) – and information and communication – 1394 (8%) – issues (Fig. 13).

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

Rodzaj / Type	Liczba/ Number	%
ekonomiczne/polityczne / economy/politics	5 395	30
humanistyczne / humanist	3 477	19
medyczne / medical	1 935	11
informatyczne/komunikacyjne / information and communication technologies	1 394	8
technologiczne / technology	5 799	32
Razem / Total	18 000	100

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

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



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

Największą grupę stanowią wydarzenia korporacyjne, których w 2010 roku odbyło się 9669, co stanowiło 54% wszystkich omawianych. Kolejną kategorią były kongresy i konferencje – 6420 (35%). Targi i wystawy zajęły trzecie miejsce z 1008 wydarzeniami, co dało 6%.

Najmniej liczną analizowaną kategorią były imprezy motywacyjne, których odbyło się w sumie 903 i stanowiły 5% całości (Rys. 14).

Form the qualitative viewpoint, it is also worth describing all meetings and events divided into categories, such as their numbers and percentage share (Tab. 8).

The largest group is composed of corporation events, 9,669 in 2010, i.e. 54% of all those discussed. This was followed by congresses and conferences – 6,420 (35%). Trade fairs and exhibitions took third place with 1008 events, i.e. 6%.

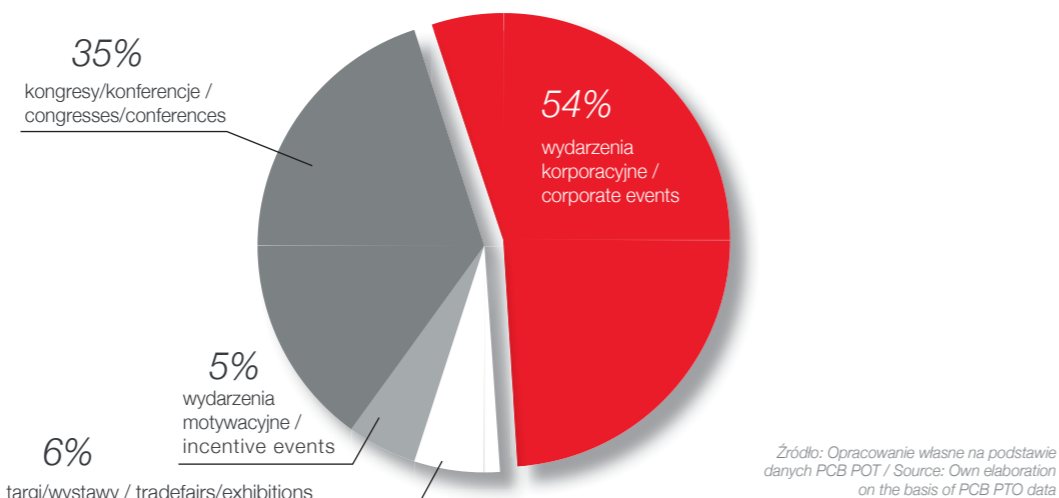
The least numerous category was that of incentive events, with a total of 903 held, which gave them 5% of the total (Fig. 14).

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

Kategoria / Category	Liczba / Number	%
kongresy/konferencje / congresses/conferences	6 420	35
wydarzenia korporacyjne / corporate events	9 669	54
wydarzenia motywacyjne / incentive events	903	5
targi/wystawy / tradefairs/exhibitions	1 008	6
Razem / Total	18 000	100

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

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



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

Do tegorocznej edycji raportu zostały przekazane dane z ośmiu miejskich i regionalnych Convention Bureaux, z którymi współpracuje Poland Convention Bureau POT tj. z ośmiu instytucji. 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 wielkość spotkań, które zostały ukazane w oparciu o dane przekazane przez lokalne Convention Bureaux. Pozostałe dane zostały ujęte w grupie „Inne”.

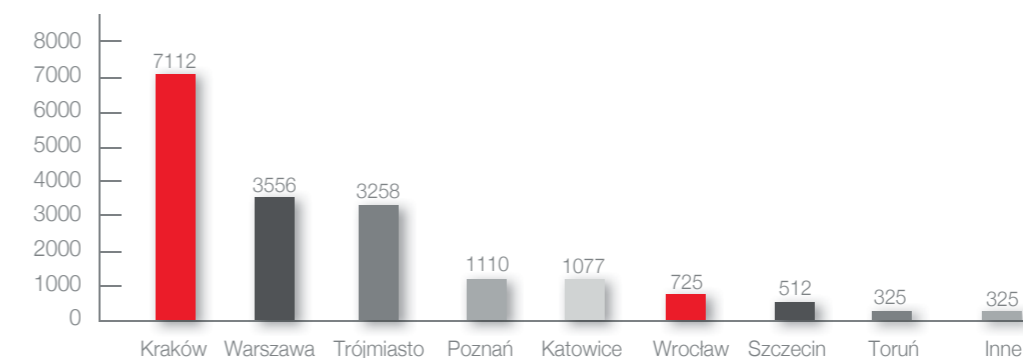
Podsumowane dane dały obraz spotkań i wydarzeń, które odbywały się na terenie polskich miast w 2010 roku. Liczba spotkań i wydarzeń w poszczególnych miastach wyglądała następująco: Kraków – 7112 (40%), Warszawa – 3556 (20%), Trójmiasto – 3258 (18%), Katowice – 1077 (6%), Poznań – 1110 (6%), Wrocław – 725 (4%), Szczecin – 512 (3%), Toruń – 325 (2%), inne – 325 (2%). (Tab. 9)

For the first time, the analysis of the meetings industry in Poland allows us to directly compare the number of meetings and events of a social, economic, business and political nature organised in individual cities (Fig. 15).

This year's report received data from eight cities and regional Convention Bureaux cooperating with the Poland Convention Bureau PTO, i.e. from eight institutions. This was supplemented by information obtained directly from the venues operating outside 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 depicts the volume of the meetings, shown on the basis of the data submitted by the local Convention Bureaux. The remaining data was placed in the group "Other".

The summarised data presented the image of meetings and events held in Polish cities in 2010. The number of meetings and events in individual venues was as follows: Kraków – 7112 (40%), Warsaw – 3556 (20%), Tricity 3258 (18%), Katowice – 1077 (6%), Poznań – 1110 (6%), Wrocław – 725 (4%), Szczecin – 512 (3%), Toruń – 325 (2%), other – 325 (2%). (Tab. 9)

Rys. 15. Liczba spotkań i wydarzeń według miast / Fig. 15. Number of meetings and events by place of venue



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

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

Miasto / City	Liczba spotkań i wydarzeń / Number of meetings and events	%
Katowice	1 077	6
Kraków	7 112	40
Poznań	1 110	6
Szczecin	512	3
Toruń	325	2
Trójmiasto	3 258	18
Warszawa	3 556	20
Wrocław	725	4
Inne	325	2
Razem	18 000	100

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

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

Na podstawie zebranych danych możemy stwierdzić, iż w 2010 roku największa liczba kongresów i konferencji odbyła się w Warszawie (2382). Następnie został sklasyfikowany Kraków (1445) oraz Trójmiasto (853). Kolejnymi miastami były Katowice (450), Wrocław (427), Poznań (425), Szczecin (249) oraz Toruń (110).

Biorąc pod uwagę wydarzenia korporacyjne zgodnie z przedstawionymi danymi najistotniejszą rolę odgrywa Kraków (4949), a ranking zamyka Toruń (174). Kategorią, w której na pierwszym miejscu ponownie znalazł się Kraków są wydarzenia motywacyjne (309). Po nim zostało ujęte Trójmiasto (195), Warszawa (173) oraz Poznań (119).

Ostatnią kategorią, która była brana pod uwagę były targi i wystawy. Zgodnie z założeniami ze względu na prowadzone badania w tym obszarze przez Polską Izbę Przemysłu Targowego od 2012 roku dane te nie będą ujmowane

The information submitted by the city and regional Convention Bureaux was also used to prepare a list of meetings and events divided into categories and according to their location.

Based on the collected data, it is possible to state that in 2010 the highest number of congresses and conferences was held in Warsaw (2,382), followed by Kraków (1,445) and the Tricity (853). The next cities were Katowice (450), Wrocław (427), Poznań (425), Szczecin (249), and Toruń (110).

According to the presented data, in the case of corporate events, the most significant role is played by Kraków (4,949), while Toruń (174) closes the ranking. Kraków was also first in incentive events (309), followed by the Tricity (195), Warsaw (173), and Poznań (119).

The final considered category was that of trade fairs and exhibitions. In compliance with the principles resulting from the studies conducted in this area by the Polish Chamber of Exhibition Industry from 2012, this data will not be included in the report on the meetings industry.

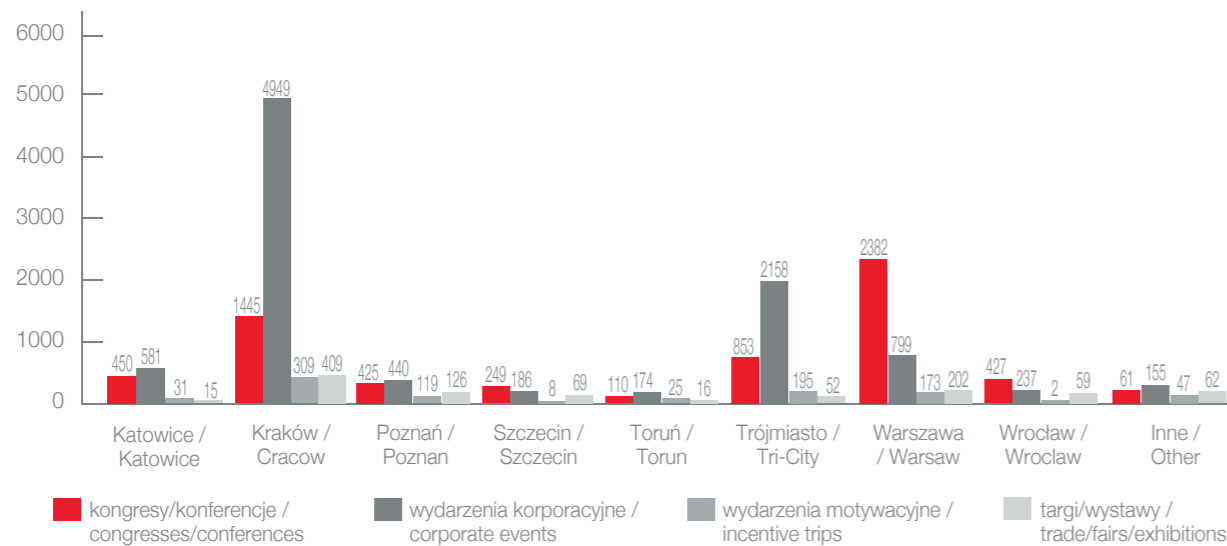
w raporcie dotyczącym przemysłu spotkań. Kategoria targi i wystawy jednak w ujęciu bardzo ogólnym pojawia się w tegorocznej edycji, gdyż proces zmiany kwestionariusza został rozpoczęty w 2011 roku.

Przekazane przez miejskie i regionalne Convention Bureaux opracowania wskazują, że największa liczba tego rodzaju wydarzeń odbyła się w Krakowie (409), Warszawie (202) oraz Poznaniu (126). (Rys. 16)

However, the category of trade fairs and exhibitions is depicted in a very general manner in this year's issue, since the process of introducing changes to the questionnaire began in 2011.

The studies submitted by the city and regional Convention Bureaux show that the highest number of such events was held in Kraków (409), Warsaw (202), and Poznań (126). (Fig. 16)

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



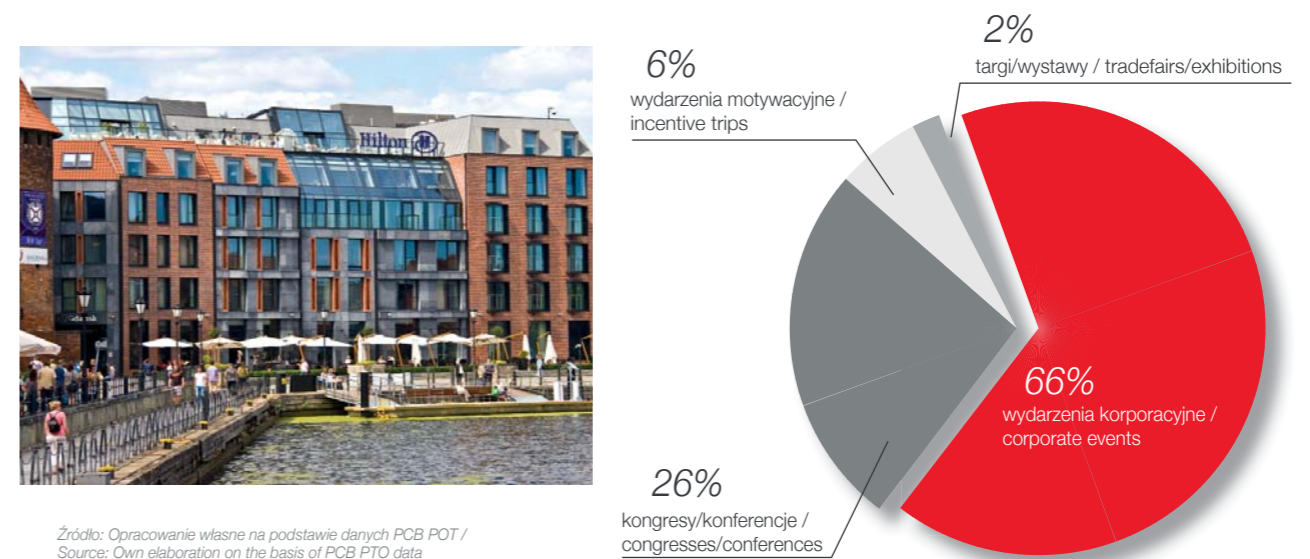
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT / Source: Own elaboration on the basis of PCB PTO data

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

Miasto/Kategoria / City/Category	kongresy/konferencje / congresses/conferences	wydarzenia korporacyjne / corporate events	wydarzenia motywacyjne / incentive events	targi/wystawy / tradefairs/exhibitions	Suma / Total
Katowice / Katowice	450	581	31	15	1077
Kraków / Cracow	1445	4949	309	409	7112
Poznań / Poznan	425	440	119	126	1110
Szczecin / Szczecin	249	186	8	69	512
Toruń / Torun	110	174	25	16	325
Trójmiasto / Tri-City	853	2158	195	52	3258
Warszawa / Warsaw	2 382	799	173	202	3556
Wrocław / Wrocław	427	237	2	59	725
Inne / Other	61	155	47	62	325
Razem / Total	6 402	9679	909	1010	18000

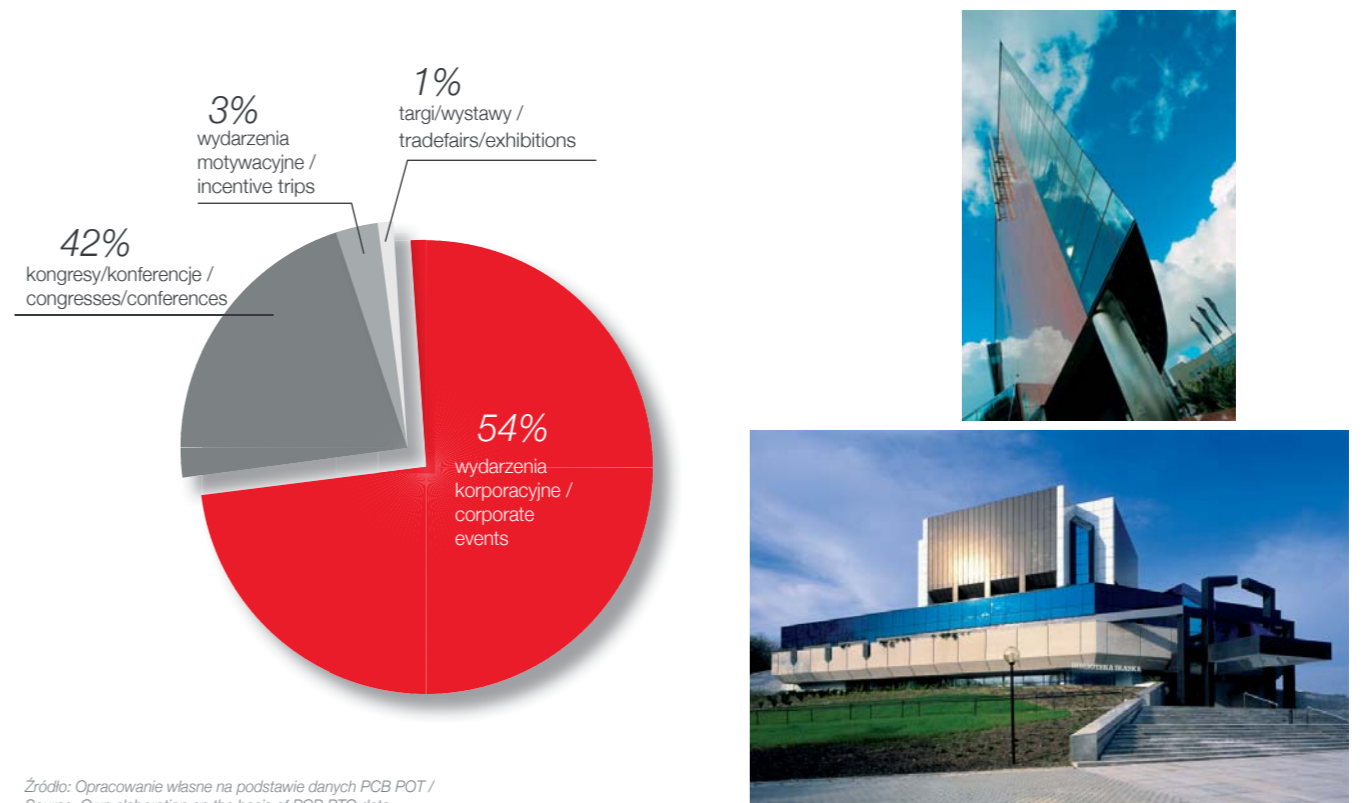
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT / Own elaboration on the basis of PCB PTO data

Rys. 17. Spotkania i wydarzenia w Trójmieście w 2010 roku (%) / Fig. 17. Meetings and events in Tri-City in 2010 (in %)



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

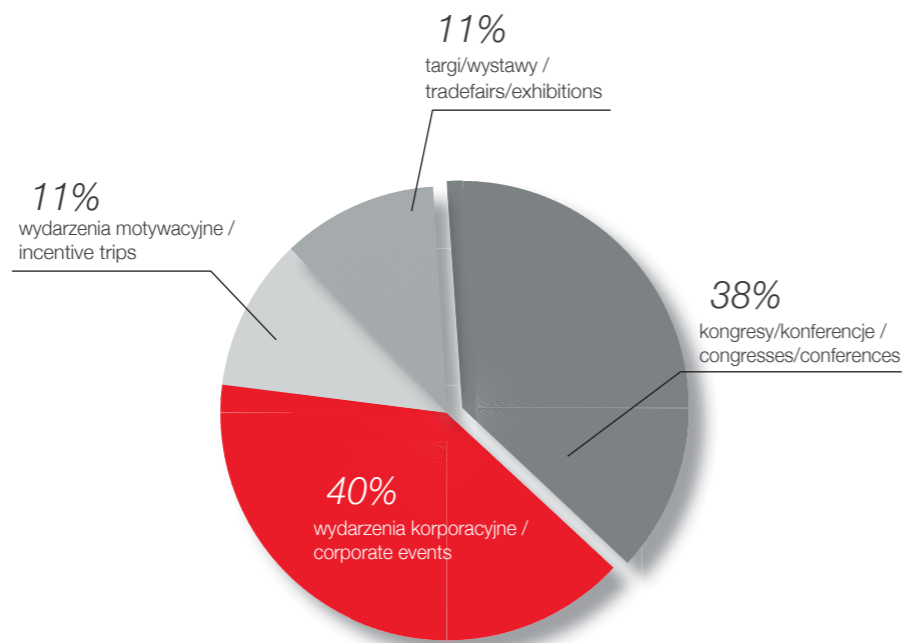
Rys. 18. Spotkania i wydarzenia w Katowicach w 2010 roku (%) / Fig. 18. Meetings and events in Katowice in 2010 (in %)



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

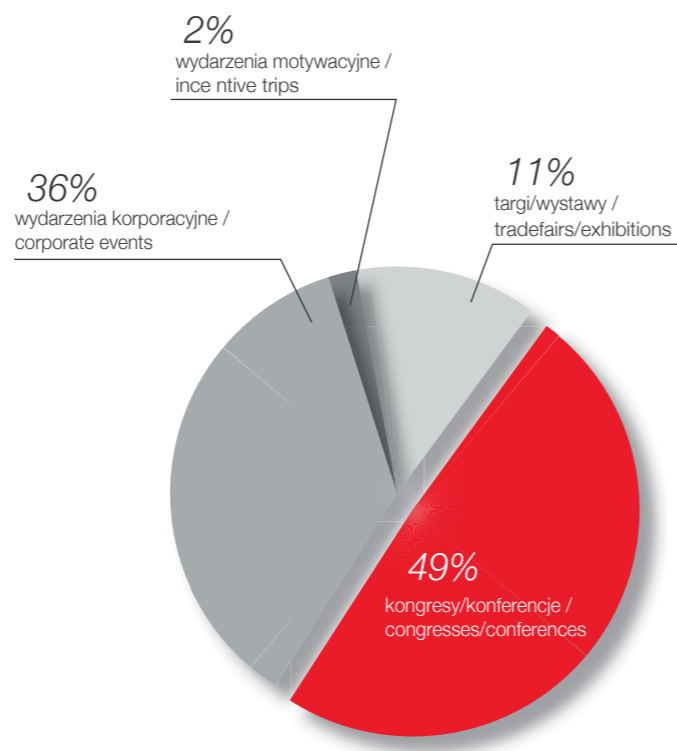


Rys. 19. Spotkania i wydarzenia w Poznaniu w 2009 roku (%) / Fig. 19. Meetings and events in Poznan in 2009 (in %)



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

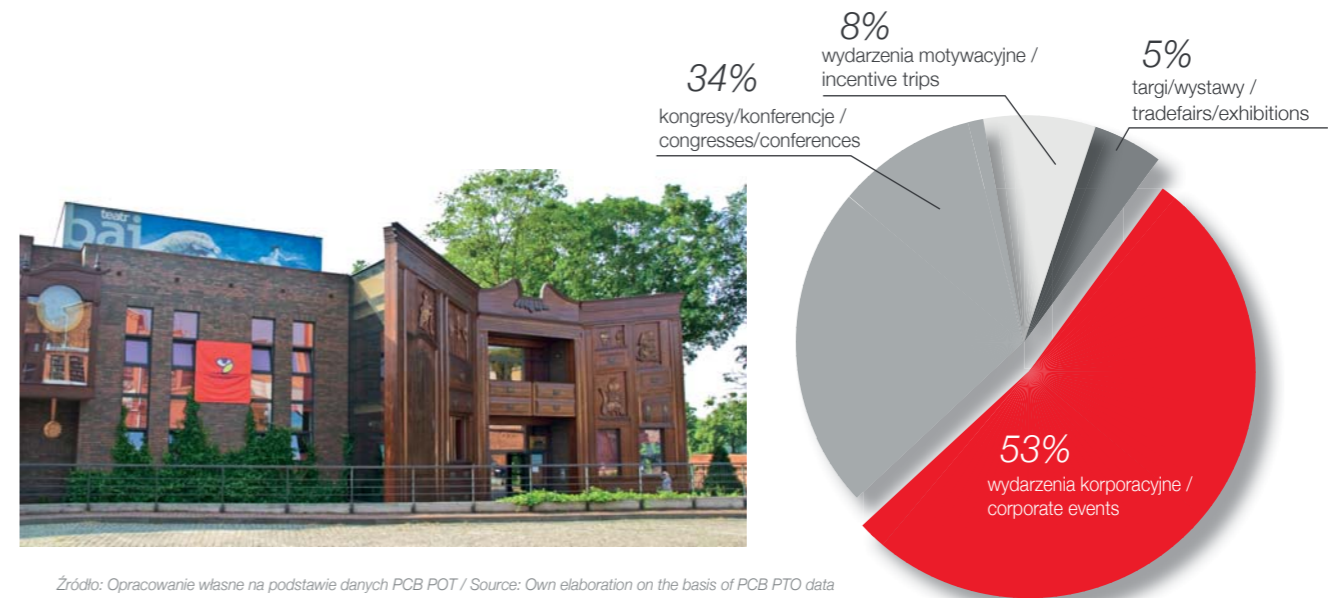
Rys. 20. Spotkania i wydarzenia w Szczecinie w 2010 roku (%) / Fig. 20. Meetings and events in Szczecin in 2010 (in%)



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

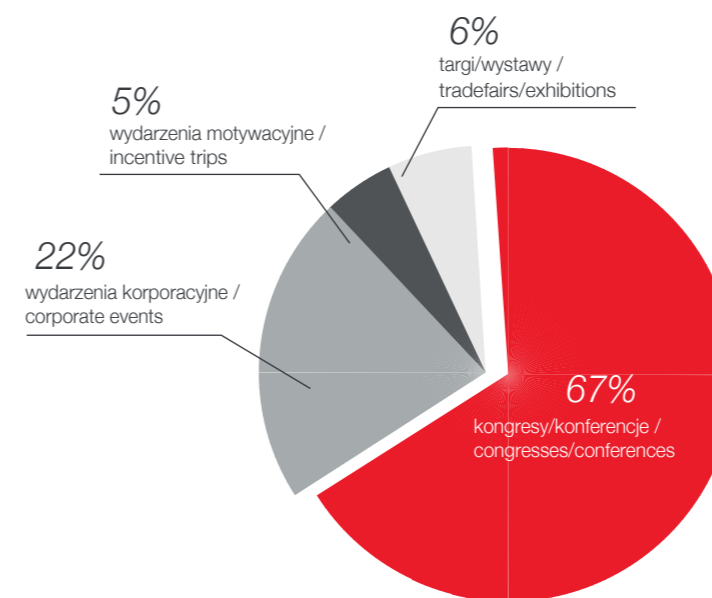


Rys. 21. Spotkania i wydarzenia w Toruniu w 2010 roku (%) / Fig. 21. Meetings and events in Torun in 2010 (in %)

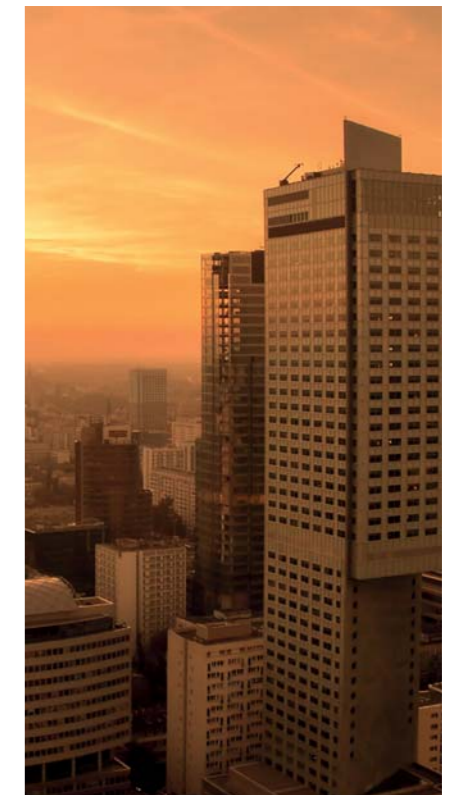


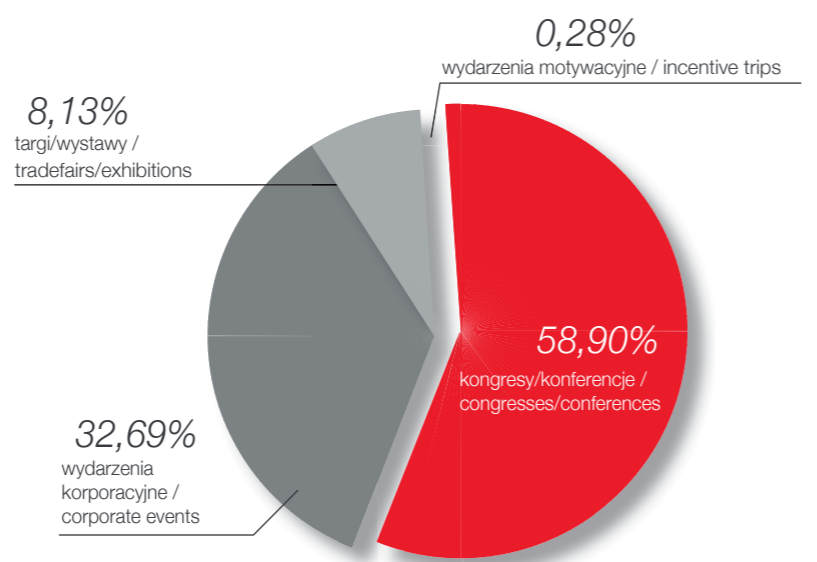
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT / Source: Own elaboration on the basis of PCB PTO data

Rys. 22. Spotkania i wydarzenia w Warszawie w 2010 roku (%) / Fig. 22. Meetings and events in Warsaw in 2010 (in %)



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





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

3.3.3

Analiza ekonomiczna spotkań i wydarzeń w Polsce w roku 2010

Punktem wyjścia do oceny efektów ekonomicznych spotkań i wydarzeń są informacje dotyczące wielkości i struktury wydatków ponoszonych przez ich uczestników i organizatorów. Jeśli chodzi o wydatki uczestników, to są one pochodną dwóch czynników:

- cech wydarzenia biznesowego – jego rodzaju, czasu trwania, lokalizacji itp.,
- cech konkretnego uczestnika takiego wydarzenia – jego miejsca zamieszkania, zainteresowań, preferencji itp.

Wydatki uczestników wydarzeń biznesowych tworzą popyt na usługi przedsiębiorstw prowadzących różne rodzaje działalności gospodarczej. Szczególnie istotne są dla następujących typów przedsiębiorstw:

- bazy noclegowej, która zapewnia usługi noclegowe, a często także usługi dodatkowe związane z organizacją spotkania, miejscem jego odbywania, cateringiem, usługami spa itp.,
- wyspecjalizowanych obiektów targowo-wystawienniczych,
- zakładów gastronomicznych,
- biur podróży oferujących organizację spotkań, podróży motywacyjnych lub wydarzeń uzupełniających konferencje, targi,
- atrakcji turystycznych, szczególnie tych, które są zlokalizowane na terenie miejsc spotkań lub w ich pobliżu,
- przedsiębiorstw transportowych.

Informacje zebrane dla potrzeb niniejszego raportu nie pozwalają na dokonanie analiz dotyczących wszystkich wymie-

An economic analysis of meetings and events in Poland in 2010

The starting point of the evaluation of the economic effects of business meetings and events is the information concerning the size and structure of the expenditures incurred by their participants and organisers. In the case of the expenditures of participants, they are derived from two factors:

- the characteristics of the business event – its type, duration, location, etc.,
- the characteristics of the specific participant in such an event – place of residence, interests, preferences, etc

The expenditures of the participants in business events create demand for services of the enterprises operating in various fields of business. They hold the most importance for the following types of enterprises:

- the accommodation base, which ensures accommodation services and often also additional services related to the organisation of the meeting, its location, catering, spa services, etc.,
- specialised fair and exhibition sites,
- gastronomy point,
- travel offices offering the organisation of meetings, incentive trips, or happenings supplementing conferences or fairs,
- tourist attractions, particularly those located within the meeting areas or nearby,
- transport enterprises.

The information collected for the needs of this report are not sufficient to perform analyses concerning all the listed enterprise types. They provide only some information on the charac-



nionych typów przedsiębiorstw. Dostarczają jedynie niektórych informacji na temat cech spotkań, niestety nie zawierają danych dotyczących wydatków uczestników spotkań ani ich cech. Uniemożliwia to wszechstronną ocenę efektów ekonomicznych, ale pozwala na przedstawienie przynajmniej częściowo wkładu spotkań i wydarzeń biznesowych w wyniki bazy noclegowej w 2010 roku. Opierając się na zebranych informacjach o cechach wydarzeń biznesowych oszacowano wielkość popytu na usługi noclegowe. Przeprowadzony szacunek oparto na następujących założeniach:

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

Dodatkowym utrudnieniem był 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, że w 2010 roku w poszczególnych miastach struktura spotkań pod względem czasu trwania była taka sama, jak w roku 2009.

Przedstawiona poniżej ocena efektów ekonomicznych przemysłu spotkań składa się z dwóch części: pierwsza część poświęcona jest pokazaniu znaczenia przemysłu spotkań dla bazy hotelarskiej wybranych miast w Polsce, druga zawiera ocenę jego wkładu w gospodarkę.

Wpływ przemysłu spotkań na działalność bazy hotelarskiej w wybranych miastach 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 oraz imprez motywacyjnych organizowanych na terenie hotelu - obejmują opłatę za udostępnienie sali wraz z wyposażeniem, a ponadto wpływy ze sprzedaży usług cateringowych i ewentualnie opłaty za specjalne pakiety usług, np. spa.

teristics of the meetings, but unfortunately do not contain data on the expenditures or characteristics of the participants in the meetings. This makes it impossible to conduct an extensive evaluation of the economic effects, but allows at least a partial presentation of the contribution of the business meetings and events to the output of the accommodation base in 2010, and estimates of the volume of the demand for accommodation services as performed on the basis of the collected information on the characteristics of business events. The conducted estimates were based on the following principles.

- 1) only approximately 10% of the presented number of fair and exhibition participants need accommodation;
- 2) the participants in events held in cities with easy communication access are less likely to need accommodation; this mainly concerns single-day events;
- 3) a certain part (approximately 5%) of the participants in the analysed events uses of individual accommodation (eg. apartments rented by the company, homes of relatives and friends).

An additional difficulty was presented by the fact that the data collected for the current report issue does not contain precise information on the duration of individual events, and is limited to providing only the time spans to which they were classified. Due to the above, it was accepted that in 2010 the structure of the duration of meetings in individual cities was the same as in 2009.

The evaluation of the economic effects of the meetings industry presented below is composed of two parts: 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 cities

The direct impact zone of meetings and events on hotel operations covers the following:

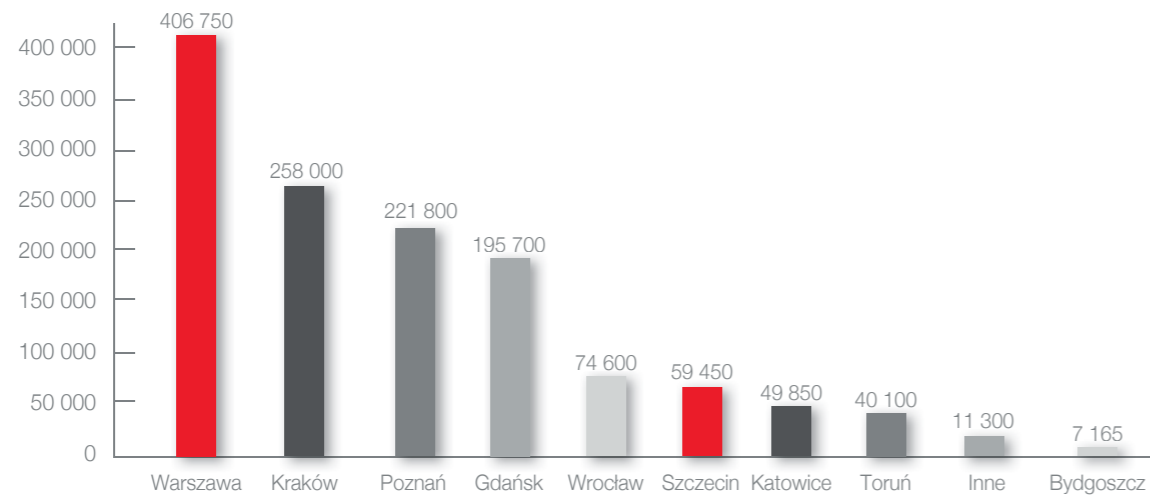
- income from the sales of accommodation services, which are the basic source of hotel income,
- income from conferences, corporation meetings, exhibitions and fairs, and incentive events organised in hotels, which cover venue and equipment access fees, as well as income from the sales of catering services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

Na podstawie zebranych danych możliwe było jedynie oszacowanie pierwszej z wymienionych wielkości. W analizie uwzględniono następujące miasta: Bydgoszcz, Gdańsk, Katowice, Kielce, Kraków, Poznań, Szczecin, Toruń, Warszawa i Wrocław. Biorąc pod uwagę charakter spotkań i wydarzeń biznesowych, czas ich trwania oraz przy uwzględnieniu wiedzy na temat zachowań uczestników spotkań i wydarzeń oszacowano, że uwzględnione w raporcie wydarzenia wykreowały popyt na 1 324 715 noclegów, co stanowiło ok.10,8% noclegów udzielonych w bazie zbiorowego zakwaterowania wymienionych miast w 2010 roku. Jeśli odnieść oszacowaną liczbę noclegów do wyników uzyskanych przez hotele w tych miastach, a można przypuszczać, że ten typ bazy był najczęściej wykorzystywany, to udział ten wyniesie ok. 21%.

Liczba noclegów w poszczególnych miastach, jak i ich udział w wynikach zakładów bazy hotelarskich były silnie zróżnicowane, co ilustruje rys. 1 i tabela 1.



Rys. 24. Liczba noclegów udzielonych uczestnikom spotkań i wydarzeń w wybranych miastach Polski w 2010 r.
Fig. 24. Number of night lodgings provided to participants of meetings and events in selected Polish cities in 2010



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

Zdecydowanie największą liczbę noclegów udzielono w Warszawie (ok. 407 tys.), a najmniejszą w Bydgoszczy (ok. 7 tys.). Obok Warszawy znaczące wyniki osiągnęły Kraków i Poznań, w których przemysł spotkań wykreował po ponad 200 tys. noclegów.

The collected data allowed only the estimate of the first of the aforementioned volumes. The analysis covered the following cities: Bydgoszcz, Gdańsk, Katowice, Kielce, Kraków, Poznań, Szczecin, Toruń, Warsaw, and Wrocław. Considering the nature of the business meetings and events, their duration, and the knowledge of the behaviour of the participants of the meetings and events, it was estimated that the events covered by the report created demand for 1 324 715 accommodation places, which comprised approximately 10.8% of the accommodation provided in the base of collective accommodation of the listed cities in the year 2010. Comparing the estimated number of accommodation places to the results achieved by the hotels in these cities, and it is possible to assume that if this base type were used most frequently, this share will amount to approximately 21%.

The number of accommodation places in individual cities and their share in the results of the hotel base venues were significantly diverse, which is illustrated by Fig. 1 and Table 1.

The highest number of accommodation places was provided in Warsaw (approximately 407 thousand), the lowest in Bydgoszcz (approximately 7 thousand). Besides Warsaw, significant results were achieved by Kraków and Poznań, where the meetings industry created over 200 thousand places each.

Zróżnicowanie liczby noclegów udzielonych uczestnikom spotkań i wydarzeń biznesowych w poszczególnych miastach można w dużym stopniu wytłumaczyć rozmiarami samych miast i ich udziałem w rynku turystycznym. Nie jest to jednak jedyna przyczyna stwierdzonych różnic. Tabela 1 pokazuje, że znaczenie przemysłu spotkań dla bazy noclegowej poszczególnych miast również jest silnie zróżnicowane.

The diverse numbers of accommodation places provided to the participants in business meetings and events in individual cities can be largely explained by the dimensions of the cities themselves, as well as their share in the tourism market. However, this is not the only reason for the stated diversity. Table 1 shows that the significance of the meetings industry to the accommodation base of individual cities is also strongly diverse.



Tab. 11. Zapotrzebowanie na noclegi w związku ze spotkaniami i wydarzeniami biznesowymi w wybranych miastach Polski w 2010 r. / Table 11. The demand for accommodation in relation to business meetings and events in selected Polish cities in 2010

	Noclegi w hotelach ogółem / Nights spent in hotels total	Noclegi w bazie zbiorowego zakwaterowania ogółem / Total accommodation places in the collective accommodation base	Noclegi udzielone uczestnikom wydarzeń biznesowych / Nights spent by meetings participants		
			ogółem / total	% noclegów w hotelach / % of total nights spent in hotels	% noclegów w bazie zbiorowego zakwaterowania / % of total nights spent in the collective accommodation base
Bydgoszcz	146170	228919	7165	5	3
Gdańsk	313265	1045015	195700	62	19
Katowice	238063	378187	49850	21	13
Kielce	126070	211543	11300	9	5
Kraków	1329536	3155330	258000	18	8
Poznań	502230	986480	221800	44	22
Szczecin	307559	722996	59450	19	8
Toruń	176784	334879	40100	23	12
Warszawa	2388157	4021082	406750	17	10
Wrocław	585048	1236853	74600	13	6
Razem / Total	6212882	12321283	1324715	21	11

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT raz Banku Danych Lokalnych GUS, www.stat.gov.pl., 30.07.2011 / Source: Own study on the basis of PCB PTO data and the CSO Local Databank, www.stat.gov.pl., 30.07.2011

Zamieszczone w tabeli 1 dane na temat noclegów udzielonych uczestnikom wydarzeń biznesowych odniesiono do noclegów udzielonych w hotelach i w całej bazie zbiorowego zakwaterowania, ponieważ brak informacji, w jakich obiektach nocowali, a w poszczególnych miastach mogą występować różne sytuacje dotyczące kategoryzacji obiektów. Ma to prawdopodobnie miejsce w Gdańsku, w którym udział hoteli w całej bazie noclegowej jest zaskakująco niski, jak na duże miasto. Z danych zawartych w tabeli 1 wynika, że noclegi uczestników spotkań biznesowych odpowiadały aż 62% noclegów udzielonych w hotelach (19% w całej bazie zakwa-

The data on accommodation provided to the participants in business events presented in Table 1 was cross-referenced with the accommodation provided in hotels and the entire base of collective accommodation due to the lack of information on the used venues, and the potential diverse situations on venue categorisation in individual cities. This probably occurs in Gdańsk, where the share of hotels in the entire accommodation base is surprisingly low for such a large city. The data presented in Table 1 shows that the accommodation of business meeting participants corresponded to 62% of the accommodation provided in hotels (19% of the

Rys. 25. Wkład przemysłu spotkań w wykorzystanie bazy noclegowej zbiorowego zakwaterowania w 2010 r.
Fig. 25. The contribution of the meetings industry to the use of the collective accommodation base in 2010



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

terowania zbiorowego) w Gdańsku i zaledwie 5% w Bydgoszczy. W miastach, które zanotowały największą liczbę noclegów z tytułu wydarzeń biznesowych proporcje te wahały się od 44% (22% dla całej bazy) w przypadku Poznania do 17% (10% dla całej bazy w Warszawie). Reasumując można stwierdzić, że mimo iż sytuacja była zróżnicowana w poszczególnych miastach, to uczestnicy wydarzeń biznesowych stanowili istotny segment popytu na usługi noclegowe. Rozpiętość tego wkładu ilustruje rysunek 2.

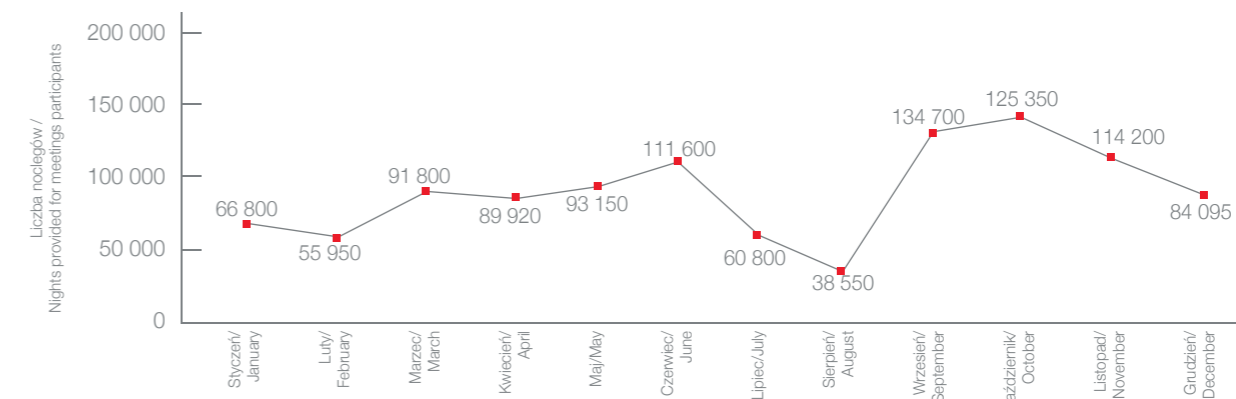
total collective accommodation base) in Gdańsk, and only 5% in Bydgoszcz. For cities with the highest recorded number of accommodation places by virtue of business events, these proportions fluctuated from 44% (22% for the entire base) in Poznań to 17% (10% for the entire base) in Warsaw. In summary, it is possible to state that despite the situation being diverse among individual cities, the participants in business events comprised a significant segment of the demand for accommodation services. The range of this contribution is illustrated in Fig. 2.

Interesujące jest prześledzenie, jak w 2010 r. kształtowała się sezonowość wykorzystania bazy noclegowej w związku ze spotkaniami i wydarzeniami biznesowymi. Omawiany segment rynku cechuje specyficzna sezonowość sprawiająca, że dostarcza klientom poza tradycyjnym szczytem w czasie letnich wakacji, a tym samym wpływa na poprawę wyników ekonomicznych przedsiębiorstw noclegowych. Ilustruje to rys. 3.

It is interesting how the seasonality of using the accommodation base in relation to business meetings and events was shaped in 2010. The discussed market segment shows 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 Fig. 3.



Rys. 26. Sezonowość noclegów związanych ze spotkaniami i wydarzeniami biznesowymi w wybranych miastach w 2010 r.
Fig. 26. The seasonality of accommodation associated with business meetings and events in cities in 2010

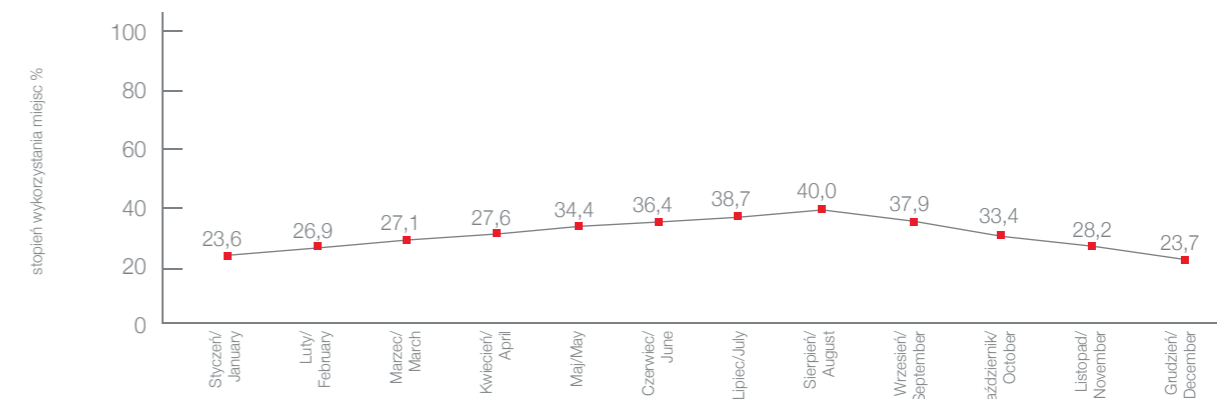


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT / Source: Own elaboration on the basis of PCB PTO data

Analiza danych z rys. 3 pokazuje, że sezonowość udzielonych noclegów zasadniczo pokrywa się z liczbą uczestników spotkań i wydarzeń biznesowych. Wydaje się to oczywiste, ale trzeba pamiętać, że o skali korzystania z noclegów decyduje nie tylko liczba uczestników, ale także charakter wydarzeń. Z tego powodu między obu wielkościami występują pewne rozbieżności, co jest szczególnie widoczne w odniesieniu do wyników pierwszego kwartału.

The analysis of data presented in Fig. 3 shows that the seasonality of provided accommodation is generally parallel to the number of participants in business meetings and events. This seems obvious, but it should be remembered that the scale of accommodation use is decided not only by the number of participants, but also the nature of the events. Due to this, there are some discrepancies between both sizes, which is particularly visible in relation to the first quarter results.

Rys. 27. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych /
Fig. 27. The gross level of use of accommodation in hotels and similar establishments, Poland 2010



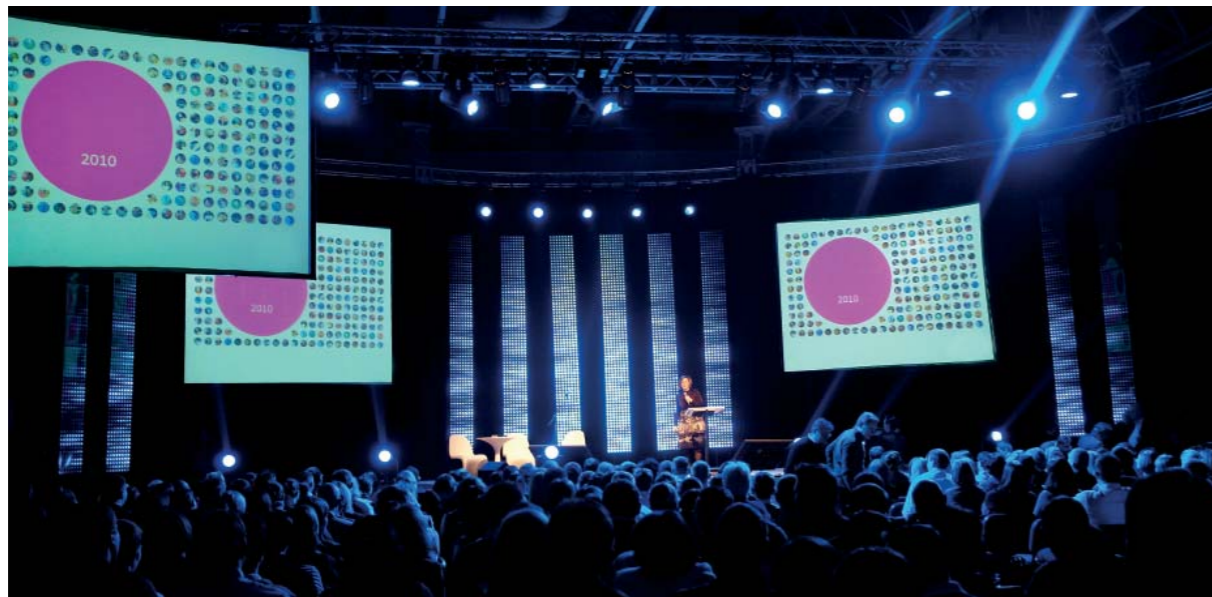
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT / Source: Own elaboration on the basis of PCB PTO data

Rys. 4 zawiera informacje na temat wykorzystania hoteli i podobnych obiektów w poszczególnych miesiącach w całym kraju. Jest to podstawowy rodzaj bazy wykorzystywanej przez uczestników spotkań i wydarzeń biznesowych, a obiekty zlokalizowane w analizowanych miastach to 29% całej pojemności tego typu bazy w 2010 r.¹⁾. W tym kontek-

Fig. 4 presents information on the use of hotels and similar establishments in accommodation months in the entire country. It is a basic type of accommodation used by the participants in business meetings and events, and the establishments located in the analysed cities comprise 29% of the total capacity of this accommodation type in 2010¹⁾. In this

¹⁾ Na podstawie danych z BDL GUS, www.stat.gov.pl, 31.07.2011.

¹⁾ Based on BDL GUS data, www.stat.gov.pl, 31.07.2011.



ście warto zauważyć zbieżność między dużą liczbą noclegów z tytułu wydarzeń biznesowych we wrześniu-listopadzie a wyraźnie lepszym wskaźnikiem wykorzystania hoteli w tych miesiącach w porównaniu z pierwszym półroczem. Choć na poprawę tego wskaźnika mogły wpłynąć także inne czynniki, to można przypuszczać, że wkład spotkań i wydarzeń biznesowych także się do tego przyczynił. W 2010 r. było to szczególnie istotne, ponieważ 2009 r. i częściowo 2010 r. to okres dekonunktury w hotelarstwie w związku z kryzysem finansowym.

Dane zebrane przez Poland Convention Bureau pokazują, że coraz aktywniejsze stają się mniejsze miejscowości, szczególnie dotyczy to znanych miejscowości turystycznych i miejscowości, w których znajdują się wyspecjalizowane obiekty, często zlokalizowane w zabytkowych obiektach. Łącznie było to 44 miejscowości i udzielono w nich ok. 27 400 noclegów. Szczególnie chętnie wybierany był obiekt w Ossie (ok. 16 350 noclegów), Zakopane (ok. 2200 noclegów), Zabrze i Gliwice (odpowiednio ok. 1350 i 1090 noclegów).

Jeśli chodzi o obiekty, w których miały miejsce analizowane wydarzenia, to zdecydowanie dominowały hotele. Niestety zebrane dane nie pozwalają na oszacowanie liczby obsłużonych przez nie osób. Drugą istotną grupę wyspecjalizowane obiekty targowe i wystawiennicze. Ponadto wykorzystywane są okazjonalnie obiekty o innym przeznaczeniu – najczęściej uczelnie wyższe, teatry, filharmonie, muzea.

Wkład przemysłu spotkań w gospodarkę w 2010 r.

Punktem wyjścia do analizy ekonomicznych efektów spotkań i wydarzeń biznesowych powinno być wypracowanie dla przemysłu spotkań metodologii rachunku satelitarne, podobnej do stosowanej w przypadku analizy efektów gospodarczych turystyki. Ze względu na brak danych obecnie możliwe jest oszacowanie efektów ekonomicznych jedynie w odniesieniu do sprzedaży usług noclegowych. Przedstawiona poniżej analiza opiera się na wynikach rachunku satelitarne turystyki dla Polski, zaadaptowanego do potrzeb

context, it is worth noting the similarity between the high volume of accommodation from the virtue of business events in September-November and the visibly better indicator of hotel occupancy during these months in comparison to the first half-year. Although other factors may have influenced the improvement in this indicator, it is possible to assume that the contribution of business meetings and events also had an effect. It was particularly significant in 2010, because 2009 and partially 2010 were periods of recession for the hotel industry in connection with the financial crisis.

The data collected by the Poland Convention Bureau shows that the smaller towns are becoming more and more active; this particularly concerns well-known tourism towns and towns with specialised venues, which are often located inside historic sites. This concerned 44 towns and approximately 27,400 provided accommodation places. The most frequently chosen were the venues in Ossia (approximately 16,350 nights spent), Zakopane (approximately 2,200 nights spent), Zabrze and Gliwice (adequately approximately 1,350 and 1,090 nights spent).

The venues hosting the analysed events were decisively dominated by hotels. Unfortunately, the collected data does not allow us to estimate the number of people serviced by them. The second significant group is composed of fair and exhibition venues. Furthermore, there is occasional use of sites with other purposes – most often higher-education academies, theatres, concert halls, and museums.

The contribution of the meetings industry to the economy in 2010

The starting point for the analysis of the economic effects of business meetings and events should be the creation of the satellite account methodology for the meetings industry, similar to that used in analysing the economic effects of tourism. Due to the lack of data, it is currently possible to estimate the economic effects only in relation to the sales of accommodation services. The analysis presented below is based on the results of the Satellite Tourism Account (TSA) for Poland, adapted to the needs of the ana-

analizy wydarzeń i spotkań biznesowych²⁾. Ze względu na zakres danych uzyskanych przez Poland Convention Bureau analiza ekonomiczna obejmuje jedynie efekty związane z noclegami uczestników spotkań i wydarzeń biznesowych, które miały miejsce w wybranych miastach Polski w 2010 (poza oceną pozostały wszystkie pozostałe usługi nabywane w związku z uczestnictwem w spotkaniach i wydarzeniach biznesowych).

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

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

Wielkość sprzedaży usług noclegowych ustalono posługując się prezentowanymi wcześniej oszacowaniami dotyczącymi liczby udzielonych noclegów oraz informacjami na temat poziomu cen w hotelach w wybranych miastach. Za podstawę przyjęto ceny w hotelach, ponieważ można oczekiwać, że przeważająca większość noclegów miała miejsce właśnie w tego typu obiektach³⁾. Uzyskany obraz efektów ekonomicznych analizowanego zjawiska jest zatem w pewnym stopniu hipotetyczny, ponieważ nie dysponowano danymi na temat faktycznych wpływów ze sprzedaży usług noclegowych.

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 Satelitarne Turystyki kształtował się on na poziomie 0,49. W podobny sposób można oszacować liczbę miejsc pracy

lysis of business meetings and events²⁾. Due to the scope of the data obtained by the Poland Convention Bureau, the economic analysis covers only the effects associated with the accommodation of the participants in those business meetings and events, which were held in selected Polish cities in 2010 (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 profession, comprising part of section I (PKD 2007). These effects cover the following.

- sales volume,
- contribution to the creation of added value,
- contribution to creating workplaces.

The volume of the accommodation services sales was determined with the previously-presented estimates of the volume of provided accommodation and information on the levels of hotel prices in selected cities. The assumed basis was composed of the hotel prices, since it can be expected that the majority of the accommodation took place in such venues³⁾. The resulting picture of the economic effects of the analysed occurrence is therefore somewhat hypothetical, since there was no access to data on actual income from accommodation service sales.

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 Satellite Tourism Account, it was at the level of 0.49. The number of workplaces created within the hotel base due to the service



stworzonych w bazie hotelarskiej dzięki obsłudze przemysłu spotkań, przyjmując z rachunku satelitarne turystyki przeciętną sprzedaż na jednego pracującego (po uwzględnieniu inflacji)⁴⁾. 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.

of the meetings industry can be calculated in a similar manner, assuming average sales per employee from the Satellite Tourism Account (accounting for inflation)⁴⁾. 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 appear.

²⁾ Drożej noclegi w hotelach, „Rzeczpospolita” nr 214/2010, B 1.

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

⁴⁾ Na podstawie danych z uproszczonego Rachunku Satelitarne Turystyki dla 2006 r.

²⁾ Hotel accommodation prices rising, „Rzeczpospolita” no. 214/2010, B 1.

³⁾ Based on data from the basic Tourism Satellite Account for 2006.

⁴⁾ Based on data from the basic Tourism Satellite Account for 2006.

Ogółem oszacowana wielkość sprzedaży usług noclegowych w analizowanych miastach wyniosła w 2010 r. 384 077 tys. PLN, a w całym kraju 390 296 tys. PLN. Jej wielkość w poszczególnych miastach ilustruje rys. 5.

In total, the estimated volume of accommodation sales in the analysed cities in 2010 amounted to 384 077 thousand PLN, and to 390 296 thousand PLN in the entire country. Its volume in individual cities is presented on Fig. 5

Rys. 28. Wpływy ze sprzedaży usług noclegowych uczestnikom spotkań i wydarzeń w 2010 r. PLN
Fig. 28. Proceeds from the sale of accommodation services to participants of meetings and events in 2010 [in PLN]



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

Wielkość wpływów wahała się od ponad 101 mln PLN w Warszawie, 85 mln PLN w Krakowie, 69 mln PLN w Poznaniu do nieco ponad 1,5 mln PLN w Bydgoszczy.

The volume of income fluctuated from over 101 million PLN in Warsaw, 85 million PLN in Kraków, 69 million PLN in Poznań, to slightly over 1.5 million PLN in Bydgoszcz.

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 ok. 191 mln PLN.

If the TSA is accepted as the coefficient of the added-value share in the sales income of hotel services at the level of 0.49, the overall created added value in the whole country amounted to approximately 191 million PLN.

Podobnie, wykorzystując przeciętne dane dla Polski, można stwierdzić, że tylko w zakresie działalności noclegowej przemysł spotkań przyczynił się do stworzenia 6 788 miejsc pracy w bazie hotelowej w analizowanych miastach.

Using the average data for Poland, it is also possible to state that only in the area of accommodation operations, has the meetings industry influenced the creation of 6 788 workplaces in the hotel establishments of the analysed cities.



Słownik pojęć i skrótów

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

Kongres (congress) – spotkanie przedstawicieli danego stowarzyszenia lub organizacji, na które przybywa duża liczba gości indywidualnych, aby omawiać określoną problematykę. Kongres zazwyczaj trwa kilka dni, w trakcie 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 planowania jest spotkaniem 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; zraszające 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

Glossary of terms and abbreviations

The meetings industry – the sector (fragment) 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 – 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 with the theme of solving problems, discussions, consultations or education. 2. A meeting of subject-related people, associated with education, exchanging opinions, and the 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. Often have 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 for several days, discuss the defined issues, and take part in numerous education sessions.

Event – a company happening involving the employees of a given company, with an integration, training, motivation or cognitive nature, bonding 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 Organiser (PCO) – a provider of services, capable of planning, preparing and conducting business meetings, including congresses and conferences.

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

Destination Marketing Organisation (DMO) – organisations which play a key role in bringing the meetings and

w przyciąganiu spotkań i wydarzeń do krajów, miast i regionów, które reprezentują. Marketing destynacji zorientowany na przyciąganie spotkań i wydarzeń może być prowadzony na różnych szczeblach, a instytucje które zazwyczaj się nim zajmują określa się jako Convention Bureau (Convention and Visitor Bureau CVB) lub jako inne organizacje (np. 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

events to the countries, cities and regions that they represent. Destination marketing oriented toward attracting meetings and events can be conducted on various levels, and the institutions which usually arrange it are defined as a Convention Bureau (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 the destination (country, city, region), ensuring professional support to



wsparcie organizatorom spotkań i wydarzeń biznesowych w tym kongresów, konferencji, podróży motywacyjnych oraz imprez korporacyjnych. CB funkcjonują na świecie w większości w trzech formach: jednostki publiczne, publiczno-prywatne lub prywatne. Zazwyczaj finansowane ze składek członkowskich, podatków oraz dotacji samorządowych. Członkami CB mogą być podmioty gospodarcze, które dostarczają produkty i usługi dla przemysłu spotkań.

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 międzynarodowych rynku spotkań. Jedną z ważniejszych organizacji związanych z przemysłem spotkań; w 86 krajach zrzesza 900 członków z różnych dziedzin: transport, zakwaterowanie, wyżywienie, usługi.

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.

the business meeting and event organisers, including congresses, conferences, incentive trips and corporate events. Throughout the world, CBs generally operate in three forms: public, public-private, or private units. They are usually financed by membership fees, taxes, and Local-Government subsidies. CB members can be business entities, which provide the products and services for the meetings industry.

World Tourism Organisation UNWTO – an international organisation, founded in 1975, a specialised UN organisation since 2003; its purpose is to support the development of tourism as an important factor in 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: the dissemination of practical advice concerning operations within the international meetings market. One of the most important organisations associated with the meetings industry; associates 900 members in 86 countries from various fields, such as transport, accommodation, board, and services.

Meeting Professionals International (MPI) – an international organisation associating over 24 thousand experts promoting the meetings industry throughout the world. A global society acting for the development of the industry concerning business meetings and events.

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

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

UIA – instytut badawczy oraz centrum dokumentacyjnym, mieszczącym się w Brukseli, założonym 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 wpięciem i uczestnictwem w nich.

The Society of Incentive and Travel Executives (SITE) – a non-profit organisation founded in 1973. Its main objective is to reinforce 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, and 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 the effective promotion of tourism and the meetings industry in Europe. The members include Tourism Information Offices and Conference and Congress Offices (Convention Bureaux).

UIA – a research institute and documentation centre, located in Brussels, founded in 1907 by the precursors of information science. Outside research activities, the UIA also issues publications, which include the international congress calendar, an annual meetings report, and a list of international organisations. Other activities include the organisation base and online meetings calendar, and CSR projects (social business liability). 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.

Źródła

- "Human resources in the business events industry" International Perspectives of Festivals and Events, Paradigms of Analysis. Part Four: Managing the Event., Krzysztof Celuch & Rob Davidson, 2009 Elsevier Ltd. ISBN: 978-0-08-045100-8
- Advances in business tourism research. A selection of papers presented at ATLAS Business Tourism Special Interest Group meetings. Krzysztof Celuch & Rob Davidson 2009, Association for Tourism and Leisure Education ISBN: 978-90-75775-39-6
- Monografia pokonferencyjna: „Kształcenie następnego pokolenia profesjonalistów w branży turystyki biznesowej: problemy i rozwiązania”. ATLAS Business Tourism Special Interest Group 23-25.11.2008, Red. Krzysztof Celuch, Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Informatyczna w Warszawie
- Warsaw Meetings Industry Report 2009, Przemysł spotkań w Warszawie. Krzysztof Celuch, 2009 Stołeczne Biuro Turystyki, Wydawnictwo Eurosystem ISBN: 83-89403-28-5
- Metodologia badań i badanie pilotażowe turystyki biznesowej, Instytut Turystyki, Warszawa 2007
- Raport: „Przemysł spotkań i wydarzeń w Warszawie – Poland Meetings and Events Industry Report”, Krzysztof Celuch, Ewa Dziedzic, Warszawa 2010

Sources

- "Human resources in the business events industry" International Perspectives of Festivals and Events, Paradigms of Analysis. Part Four: Managing the Event., Krzysztof Celuch & Rob Davidson, 2009 Elsevier Ltd. ISBN: 978-0-08-045100-8
- Advances in business tourism research. A selection of papers presented at ATLAS Business Tourism Special Interest Group meetings. Krzysztof Celuch & Rob Davidson 2009, Association for Tourism and Leisure Education ISBN: 978-90-75775-39-6
- Post-conference monograph entitled: "Forming the next generation of professionals in business tourism: problems and solutions". ATLAS Business Tourism Special Interest Group 23-25.11.2008, Editor Krzysztof Celuch, University of Economics and Computer Science in Warsaw
- Warsaw Meetings Industry Report 2009, Meetings industry in Warsaw. Krzysztof Celuch, 2009 Warsaw Tourism Office, Eurosystem Publishing ISBN: 83-89403-28-5
- Methodology of studies and pilot study of business tourism, Tourism Institute, Warsaw 2007
- Report entitled: "Poland Meetings and Events Industry Report", Krzysztof Celuch, Ewa Dziedzic, Warsaw 2010

Spis rysunków

List of Figures

- Leksykon podróży, turystyki, hotelarstwa; S. Medlik, przekład Ewa Dziedzic, redakcja naukowa Anna Konieczna – Domańska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995
- Turystyka biznesowa. Produkt i promocja. Wydane przez Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce. Definicje i interpretacje pojęć. Autor: Krzysztof Celuch, Warszawa 2005
- Convention Industry Council; APEX Industry Glossary, The glossary of the meetings, conventions and exhibitions industry, Alexandria, VA, USA 2005
- Turystyka biznesowa. Produkt i promocja. Wydane przez Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce. Geneza turystyki biznesowej w Polsce. Autor: Sławomir Wróblewski, Warszawa 2005
- Turystyka MICE w Krakowie w 2010 roku. Autorzy: Jadwiga Berbecka, Krzysztof Borodako, Katarzyna Klimek, Agata Niemczyk, Renata Seweryn, Kraków 2010
- Lexicon of travel, tourism, hotel management; S. Medlik, translation Ewa Dziedzic, scientific editorial Anna Konieczna – Domańska, PWN Scientific Publishing, Warsaw 1995
- Business tourism. Product and promotion. Published by the Conferences and Congresses in Poland Association. Definitions and concept interpretations. Author: Krzysztof Celuch, Warsaw 2005
- Convention Industry Council; APEX Industry Glossary, The glossary of the meetings, conventions and exhibitions industry, Alexandria, VA, USA 2005
- Business tourism. Product and promotion. Published by the Conferences and Congresses in Poland Association. The genesis of business tourism in Poland. Author: Sławomir Wróblewski, Warsaw 2005
- MICE Tourism in Kraków 2010. Author: Jadwiga Berbecka, Krzysztof Borodako, Katarzyna Klimek, Agata Niemczyk, Renata Seweryn, Cracow 2010

Rys. 1. Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce w latach 2001–2010 według ICCA	
Fig. 1. Number of association meetings organized in Poland in the years 2001–2010 by ICCA.....	6
Rys. 2. Rankingu państw na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2010 wg ICCA	
Fig. 2. Ranking of countries based on the number of association meetings organized in 2010 by ICCA	6
Rys. 3. Rankingu miast na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2010 wg ICCA	
Fig. 3. Ranking of cities on the basis of the number of association meetings organized in 2010 by ICCA.....	7
Rys. 4. Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce w latach 2003–2010 według UIA	
Fig. 4. Number of association meetings organized in Poland in the years 2003–2010 by UIA	8
Rys. 5. Rankingu państw na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2010 wg UIA	
Fig. 5. Ranking of countries based on the number of association meetings organized in 2010 by the UIA.....	8
Rys. 6. Liczba spotkań stowarzyszeń zorganizowanych w Polsce według statystyk stowarzyszeń ICCA/UIA w latach 2003–2010	
Fig. 6. Number of association meetings organized in Poland according to ICCA/UIA statistics in the years 2003–2010.....	9
Rys. 7. Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w 2010 roku /	
Fig. 7. Seasonal nature of meetings and events in 2010 qualitatively by month	17
Rys. 8. Liczba spotkań i wydarzeń według czasu trwania	
Fig. 8. The number of meetings and events according to duration\	17
Rys. 9. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według rodzaju	
Fig. 9. Number of participants by type the subject area of meetings and events.....	18
Rys. 10. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według kategorii	
Fig. 10. Number of participants by the category of meetings and events	19
Rys. 11. Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach /	
Fig. 11. Seasonal nature of meetings and events qualitatively by month.....	20
Rys. 12. Liczba spotkań i wydarzeń według miejsca pochodzenia uczestników /	
Fig. 12. Number of meetings and events by origin-destination of the participants.....	21
Rys. 13. Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju /	
Fig. 13. Number of meetings and events by their subject area.....	22
Rys. 14. Liczba spotkań i wydarzeń według kategorii /	
Fig. 14. Number of meetings and events by category.....	22
Rys. 15. Liczba spotkań i wydarzeń według miast /	
Fig. 15. Number of meetings and events by place of venue.....	23

Rys. 16. Liczba spotkań i wydarzeń według miast /	
Fig. 16. Number of meetings and events in towns by category.....	24
Rys. 17. Spotkania i wydarzenia w Trójmieście w 2010 roku (%) /	
Fig. 17. Meetings and events in Tri-City in 2010 (in %).....	25
Rys. 18. Spotkania i wydarzenia w Katowicach w 2010 roku (%) /	
Fig. 18. Meetings and events in Katowice in 2010 (in %)	25
Rys. 19. Spotkania i wydarzenia w Poznaniu w 2009 roku (%)	
Fig. 19. Meetings and events in Poznan in 2009 (in %).....	26
Rys. 20. Spotkania i wydarzenia w Szczecinie w 2010 roku (%) /	
Fig. 20. Meetings and events in Szczecin in 2010 (in%).....	26
Rys. 21. Spotkania i wydarzenia w Toruniu w 2010 roku (%) /	
Fig. 21. Meetings and events in Torun in 2010 (in %).....	27
Rys. 22. Spotkania i wydarzenia w Warszawie w 2010 roku (%) /	
Fig. 22. Meetings and events in Warsaw in 2010 (in %).....	27
Rys. 23. Spotkania i wydarzenia we Wrocławiu w 2010 roku (%) /	
Fig. 23. Meetings and events in Wroclaw in 2010 (in %)	28
Rys. 24. Liczba noclegów udzielonych uczestnikom spotkań i wydarzeń biznesowych w wybranych miastach Polski w 2010 r./	
Fig. 24. The number of accommodation places provided to the participants in business meetings and events in selected Polish cities in 2010	30
Rys. 25. Wkład przemysłu spotkań w wykorzystanie bazy noclegowej zbiorowego zakwaterowania w 2010 r. /	
Fig. 25. The contribution of the meetings industry to the use of the collective accommodation base in 2010	32
Rys. 26. Sezonowość noclegów związanych ze spotkaniami i wydarzeniami biznesowymi w wybranych miastach w 2010 r. /	
Fig. 26. The seasonality of accommodation associated with business meetings and events in cities in 2010	33
Rys. 27. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w hotelach i podobnych obiektach brutto Polska 2010 r. /	
Fig. 27. The gross level of use of accommodation in hotels and similar venues, Poland 2010.....	33
Rys. 28. Wpływy ze sprzedaży usług noclegowych uczestnikom spotkań i wydarzeń w 2010 r. PLN	
Fig. 28. Income from sales of accommodation services to participants in business meetings and events in 2010 in PLN	36

Spis tabel

List of Table

Tab. 1. Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń w 2010 roku /	
Table 1. The seasonality of the number of meetings and events in 2010.....	16
Tab. 2. Liczba spotkań i wydarzeń według czasu trwania	
Table 2. The number of meetings and events according to duration	17
Tab. 3. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według rodzaju /	
Table 3. Number of participants by the subject area of meetings and events.....	18
Tab. 4. Liczba uczestników w spotkaniach i wydarzeniach według kategorii	
Table 4. Number of participants by the category of meetings and events	19
Tab. 5. Sezonowość liczby uczestników w spotkaniach i wydarzeniach /	
Table 5. seasonality of the number of participants in meetings and events.....	20
Tab. 6. Liczba spotkań i wydarzeń według miejsca pochodzenia uczestników /	
Table 6. Number of meetings and events by origin-destination of the participants	21
Tab. 7. Liczba spotkań i wydarzeń według rodzaju /	
Table 7. Number of meetings and events by their subject area	21
Tab. 8. Liczba spotkań i wydarzeń według kategorii /	
Table 8. Number of meetings and events by category	22
Tab. 9. Liczba spotkań i wydarzeń według miast /	
Table 9. Number of meetings and events by place of venue	23
Tab. 10. Liczba spotkań i wydarzeń w miastach według kategorii /	
Table 10. The number of meetings and events by category	24
Tab. 11. Zapotrzebowanie na noclegi w związku ze spotkaniami i wydarzeniami biznesowymi w wybranych miastach Polski w 2010 r. /	
Table 11. The demand for accommodation in relation to business meetings and events in selected Polish cities in 2010	31

Spis planowanych spotkań stowarzyszeń w Polsce na lata 2012–2016 wg Poland Convention Bureau POT

List of scheduled associations meetings in Poland for the years 2012–2016 according to Poland Convention Bureau PTO

Data / Date	Wydarzenie / Event title	Gdzie / Where
2012	14 European Conference on Mixing – EFCE WP	
2012	26 European Conference on Solid State Transducer – EUROSENSEORS 2012	Wrocław
23.03.2012–24.03.2012	II OGÓLNOPOLSKA SZKOŁA OTOLARYNGOLOGII	Ciechocinek
19.04.2012–21.04.2012	XXX Sympozjon Retinologiczny	Poznań
19.04.2012–21.04.2012	European Head and Neck Society -EHNS	Poznań
11.05.2012–15.05.2012	World Credit Union Conference-WOCCU	Gdańsk
02.07.2012–07.07.2012	6 Congress of the European Mathematical Society – EMS	Kraków
02.07.2012–07.07.2012	6th European Congress of Mathematics-ECM	Kraków
21.07.2012–23.07.2012	8th International Symposium on Communication System, Network and Digital Signal Processing – CSNDSP	Poznań
29.07.2012–03.08.2012	Symposium on Combustion	Warszawa
27.08.2012–31.08.2012	European Weed Research Society – EWRS	Poznań
27.08.2012–31.08.2012	International Society of Limnology	Poznań
05.09.2012–08.09.2012	XLV Zjazd Polskiego Towarzystwa Otolaryngologów Chirurgów Głowy i Szyi	Gdańsk
05.09.2012–08.09.2012	International Association for Research in Economic Psychology – IAREP	Wrocław
23.09.2012–26.09.2012	10th Euro Fed Lipid Conference-EFLC	Kraków
2013	19 International Farm Management Congress – IFMA	
2013	11 European Conference of the Association for Gestalt Therapy EAGT	Kraków
23.05.2013–26.05.2013	European Academy of Dermatology and Venereology – EADV	Kraków
17.06.2013–21.06.2013	12th European Lighting Conference – ELC	Kraków
27.07.2013–10.08.2013	57th Congress of the European Go Federation – EGF	Gdynia
2013	19 International Congress of Aesthetics	Kraków
11.08.2013–16.08.2013	17 International Conference on Crystal Growth – ICCG in conjunction with the 15 International Conference on Vapor Growth and Epitaxy – ICCG ICVGE	Warszawa
2014	Regional Conference of IGU	Kraków
2014	11 Conference of the European Foundation for Plant Pathology – EFPP	Kraków
18.06.2014–21.06.2014	European Orthodontic Society Congress – EOS	Warszawa
03.10.2014–12.10.2014	International Society for Contemporary Music – ISCM	Wrocław
2015	Congress of the International Seed Federation ISF	Warszawa
2015	European Forum of Sign Language Interpreters AGM and Conference EFSLI	
26.05.2015–28.05.2015	World Seed Congress	Warszawa

Spis firm rekomendowanych przez PCB POT

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

Poniżej przedstawiamy spis firm rekomendowanych przez PCB POT na dzień 1.09.2011.

List of companies recommended by the PCB PTO

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

Below, we are presenting a list of companies recommended by the PCB PTO as of Sept. 1, 2011.

	BUSINESS SERVICE GALOP biuro@kongresy.com.pl, www.kongresy.com.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Krystyna Gołąbek ul. Żelazna 1 40-851 Katowice
	DWÓR POLSKI – POLISH MANORHOUSE j.odziejewicz@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
	GLOBAL WINGS info@globalwings.pl, www.globalwings.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Hanna Bargieł ul. Nowogrodzka 62B lok. 22 02-002 Warszawa
	GROMADA d.stanczyk@gromada.pl, www.gromada.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Dominika Stańczyk-Maciaszek ul. Cicha 7 00-353 Warszawa
	GRUPA TRIP biuro@trip.pl, www.trip.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Bożena Jakubiak ul. Tetmajera 35 34-500 Zakopane
	HAXEL EVENTS & INCENTIVES dorota.goetzen@haxel.pl, www.haxel.eu	Osoba do kontaktu / Contact person: Dorota Goetzen ul. Raclawicka 58 30-017 Kraków
	HOLIDAY TRAVEL congress@holidaytravel.pl, www.holidaytravel.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Irena Sokółowska ul. Nowowiejska 10 00-653 Warszawa
	INCENTIVE CONCEPT POLAND info@icpgroup.pl, www.incentive-concept.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Piotr Jaworski Aleja Wilanowska 303 A 02-665 Warszawa
	INSPIRE CONGRESS biuro@inspirecongress.pl, www.inspirecongress.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: Katarzyna Młyńczak Nowowiejska 38 50-315 Wrocław

	MAZURKAS TRAVEL kongresy@mazurkas.com.pl, www.kongresy.mazurkas.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Katarzyna Rokicka</i> Al. Wojska Polskiego 27 01-515 Warszawa
	SYMPOSIUM Cracoviense info@symposium.pl, www.symposium.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Anna Jędrocha</i> ul. Krupnicza 3 31-123 Kraków
	TARGI KIELCE CENTRUM WYSTAWIENICZO-KONGRESOWE centrum@targikielce.pl, www.targikielce.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Anna Kanabrocka</i> ul. Zakładowa 1 25-672 Kielce
	VIVENTUM viventum@viventum.pl, www.viventum.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Agata Gościńska</i> ul. Kraszewskiego 7 33-380 Krynica-Zdój
	AKTIV TOURS REISEN aktiv@aktivtours.com.pl, www.aktivtours.com.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Michał Jasiczek</i> ul. Jaśkowska Dolina 114 80-286 Gdańsk

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

Poniżej przedstawiamy spis firm rekomendowanych przez PCB POT na dzień 1.09.2011.

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

Below, we are presenting a list of companies recommended by the PCB PTO as of Sept. 1, 2011.

	AKTIV TOURS REISEN aktiv@aktivtours.com.pl, www.aktivtours.com.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Michał Jasiczek</i> Nowowiejska 38 50-315 Wrocław
	INCENTIVE CONCEPT POLAND info@icpgroup.pl, www.incentive-concept.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Piotr Jaworski</i> Aleja Wilanowska 303 A 02-665 Warszawa
	HAXEL Events & Incentive dorota.goetzen@haxel.pl, www.haxel.eu	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Dorota Goetzen</i> ul. Okrężna 119 02-933 Warszawa
	INTERCRAC ic@intercrac.com, www.intercrac.com.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Żaneta Sass-Gustkiewicz</i> ul. Krupnicza 3 31-123 Kraków
	GRUPA TRIP biuro@trip.pl, www.trip.pl	Osoba do kontaktu / Contact person: <i>Bożena Jakubiak</i> ul. Tetmajera 35 34-500 Zakopane

Poland Convention Bureau POT

Poland Convention Bureau (PCB), od 2002 roku działa w strukturach Polskiej Organizacji Turystycznej i jest jednostką odpowiedzialną za promocję Polski jako atrakcyjnej destynacji dla organizacji spotkań i wydarzeń.

Misję tę realizujemy poprzez:

- udział w międzynarodowych wydarzeniach targowych,
- realizację wizyt studyjnych,
- współpracę z mediami i promocję Polski jako destynacji biznesowej,
- prowadzenie programów rekomendacji – dla Organizatorów Kongresów oraz Organizatorów Podróży Motywacyjnych,
- prowadzenie programu Ambasadorów Kongresów Polskich.

Najważniejsze działania 2010–2012:

Podczas targów IMEX w 2011 i 2012 Poland Convention Bureau przeprowadza aktywną kampanię wizerunkową Polski. Reklamy zobaczyć można w codziennej gazecie targowej „Show Daily”, katalogu targowym, hallu głównym, kawiarni prasowej oraz na stronach internetowych targów.

Pierwsza edycja IMEX Challenge – innowacyjnego projektu CSR zorganizowanego dla przedstawicieli branży odbyła się w 2010 roku w Polsce. Poświęcona była wychowancom rodzinnego domu dziecka w Wesolej (dzielnicy Warszawy).

Zainspirowani tym przedsięwzięciem wraz z przedstawicielami polskiego przemysłu spotkań w 2011 roku zorganizowaliśmy akcję WRACAMY DO OGRODU by dokonać jego rewitalizacji po zime.

W czerwcu 2011 r. rozpoczęliśmy kampanię reklamową „Promujmy Polskę Razem” na trzech rynkach priorytetowych – Niemiec, Brytyjskim i Francuskim. Promocję polskiego przemysłu spotkań realizujemy poprzez takie narzędzia jak:

- produkcję spotu reklamowego,
- reklamy w prasie oraz opracowanie specjalnej publikacji dla planistów korporacyjnych,
- przeprowadzenie cyklu prezentacji,
- organizację wizyt studyjnych,
- stworzenie nowej strony internetowej.

Since 2002, Poland Convention Bureau, Has been operating within the structures of the Polish Tourist Organization and is the unit responsible for promotion of Poland as an attractive destination for business meetings and events.

This mission is implemented through:

- participation in international events and exhibitions,
- organization of study visits,
- cooperating with media,
- recommendation Program for Congress Organizers and Incentive Travel Companies,
- Polish Congress Ambassadors Program.

Main activities 2010–2012:

During the IMEX exhibition in 2011 and 2012 Poland Convention Bureau carries out an active image campaign for Poland. Ads can be seen in the daily newspaper „Daily Show”, exhibition’s catalog, the main hall, press cafe and on websites of the exhibition.

The first edition of IMEX Challenge - an innovative CSR project organized for industry representatives took place in 2010 in Poland in a foster house in Wesola, a district of Warsaw.

Inspired by this project, in 2011 with representatives of the Polish industry meetings we organized action BACK TO THE GARDEN to make its regeneration after the winter.

In June 2011 the ad campaign “Polska. Move Your Imagination” was officially launched on three priority markets – German, British, and French. Promotion of business tourism is realized through such tools as:

- promotional movie,
- press campaign,
- series of presentations,
- study tours, fam trips,
- new website.

Ankieta / Questionnaire

Poland Meetings & Events Industry Report 2011								
LP.	Kraj pochodzenia / Country	Nazwa grupy / Name of group	Kategoria / Category	Rodzaj spotkania / Business	Ilość dni / Number of days	Miesiąc / Month	Liczba osób / Persons	Obiekt / Venue

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

Raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry 2011” to publikacja, która już po raz drugi obrazuje rynek spotkań i wydarzeń organizowanych w Polsce.

Współpraca Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej z miejskimi i regionalnymi Convention Bureau, rekomendowanymi organizatorami kongresów oraz podróży motywacyjnych, obiektami oraz uczelniami wyższymi umożliwiła zebranie danych od ponad 326 obiektów i dała szansę scharakteryzować ponad 18000 spotkań i wydarzeń.

Warto odnotować, iż są to liczby znacznie większe w porównaniu do roku 2009. Prawie pięciokrotnie wzrosła liczba obiektów biorących udział w badaniu. Natomiast liczba odnotowanych spotkań i wydarzeń wzrosła o 14000. Było to możliwe m.in. dzięki współpracy z licznymi obiektami z całej Polski. Poland Convention Bureau POT w 2011 roku poprosiło ponad 100 hoteli cztero i pięciogwiazdkowych o wsparcie publikacji poprzez przekazanie danych. Ponadto prosba została skierowana do centrów konferencyjnych. Dodatkowo tegoroczne dane wzbogaciły się o szczegółowe opracowanie Krakowa, co było możliwe dzięki przekazaniu informacji z raportu przygotowanego przez Uniwersytet Ekonomiczny dla Krakow Convention Bureau.

Wszystkie te czynniki i współpraca z licznymi podmiotami spowodowały, iż zostało przedstawionych ponad 18 tysięcy spotkań i wydarzeń, które organizatorzy z całego świata koordynowali na terenie Polski w 2010 roku.

W sumie wartość dodana z wpływów sprzedaży usług hotelowych za rok 2010 w analizowanych miejscach i obiektach wy-

The “Poland Meetings and Events Industry Report 2011” is a publication which depicts the market for meetings and events organised in Poland for the second time.

The cooperation of the Poland Convention Bureau of the Polish Tourist Organisation with the city and regional Convention Bureaux, recommended congress and incentive trip organisers, venues and higher academies allowed the collection of data from over 326 sites, and provided the opportunity to describe over 18000 meetings and events.

It should be noted that these numbers are much higher in comparison to 2009. The number of venues participating in the study increased by almost five times, while the number of recorded meetings and events increased by 14000. This was made possible due to cooperation with numerous venues throughout Poland. In 2011, the Poland Convention Bureau PTO asked over 100 four and five-star hotels to support the publication by way of submitting data. Furthermore, the same request was directed to conference centres. Additionally, this year’s data was supplemented by a detailed study of Kraków, which was possible due to the submission of information from the report prepared by the University of Economics for the Kraków Convention Bureau.

All these factors, as well as cooperation with numerous entities, made it possible to present over 18 thousand meetings and events coordinated in Poland in 2010 by organisers from all over the world.

In total, the added value from the income of hotel service sales for 2010 in the analysed locations and venues amounted to ap-

proximately 191 mln PLN, a analizowany fragment przemysłu spotkań przyczynił się do stworzenia 6 788 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 stwarzających czy wydarzeń korporacyjnych. Jego druga edycja umacnia w przekonaniu, że warto analizować przemysł spotkań i pokazywać jak istotną rolę spełnia w rozwoju gospodarki turystycznej w Polsce.

Po raz kolejny również 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 2011” publikowany w trakcie okresu, podczas którego w Polsce odbywają się liczne spotkania rządowe i biznesowe jest również cennym narzędziem do promocji polskiej turystyki biznesowej.

To właśnie wydarzenia o charakterze ekonomiczno-politycznym są teraz jednymi z głównych, które odbywają się na terenie

naszego kraju. Warto jednak pamiętać również o wydarzeniach korporacyjnych, które wymagają zupełnie innej infrastruktury i zaplecza logistycznego. Raport dotyczący 2010 roku w sposób znaczący pokazuje wzrosty organizowanych wydarzeń na terenie polskich miast. Stolice poszczególnych regionów ukazują silne zainteresowanie tą gałęzią przemysłu spotkań, a takie dane jak chociażby Krakowa ukazują coraz silniejszą rolę polskich miast jako destynacji dla wydarzeń korporacyjnych.

Druga edycja raportu nadal pozostawia wiele znaków zapytania i wyzwań dla polskiego przemysłu spotkań. Jest jednak bodźcem umożliwiającym miastom i regionom pokazanie swojego potencjału. Analiza jakościowa, ilościowa i ekonomiczna uwzględniająca podziały na kategorie i rodzaje może być podstawą do przeprowadzania badań bardziej szczegółowych.

Siła polskiego przemysłu spotkań i wydarzeń jest nadal nie opisana w sposób szczegółowy jednak tym razem autorzy ukazują dużo większy potencjał i możliwości Polski w tym obszarze. Wielkość i sezonowość ukazana na przykładzie 18 tysięcy spotkań i wydarzeń jest pierwszą tego rodzaju analizą.

Polska Organizacja Turystyczna publikując ten raport jest w trakcie kampanii promocyjnej polską turystykę na trzech rynkach: niemieckim, brytyjskim i francuskim. Po raz pierwszy na taką skalę w tego rodzaju projekcie bierze udział Poland Convention Bureau, które skupiło się na promocji Polski jako destynacji dla wydarzeń korporacyjnych. Wspólne działania doprowadziły do pozyskania konkretnych wydarzeń na kolejne lata. Zagraniczna promocja z miejskimi i regionalnymi Convention Bureaux oraz rekomendowanymi organizatorami pokazała, iż możemy z całą pewnością konkurować z innymi destynacjami, a faktyczne liczby ukazujące wielkość polskiego przemysłu spotkań powinny nam tylko pomóc.

proximately 191 million PLN, and the analysed segment of the meetings industry contributed to the creation of 6 788 workplaces in the hotel bases of the analysed cities.

According to the premise of the Poland Convention Bureau POT, the report is to be a tool serving the promotion of Poland as an attractive location for the organisation of association meetings or corporate events. Its second issue reinforces the belief that it is beneficial to analyse the meetings industry and present its significant role in the development of the tourism economy in Poland.

Once again, the columns of the publication presents contacts to the municipal and regional Convention Bureaux, as well as information concerning the PCB PTO recommendation systems directed to organisers of professional congresses or incentive trips.

The “Poland Meetings and Events Industry Report 2011”, which is published during the period of numerous Government and business meetings being held in Poland, is also a valuable tool for the promotion of Polish business tourism.

Economic and political events are currently among the main ones being held in our country. However, corporate events sho-

uld also be remembered, as they require different infrastructure and logistic resources. The 2010 report clearly shows increases in the number of organised events in Polish cities. The capitals of individual regions exhibit strong interest in this branch of the meetings industry and data from, e.g. Kraków, show a much stronger role for Polish cities as destinations for corporate events.

The second issue of the report continues to leave many question marks and challenges to the Polish meetings industry, but it stimulates the cities and regions to show their potential. The qualitative, quantitative and economic analyses considering division into categories and types can serve as the bases to conduct studies that are more detailed.

The strength of the Polish meetings and events industry is still not described in a detailed manner, but this time the authors present a much larger potential and capabilities for Poland in this area. The volume and seasonality shown in the example of 18 thousand meetings and events is the first such analysis.

The publication of this report by the Polish Tourist Organisation coincides with its campaign promoting Polish tourism in three markets: the German, British, and French. This is the first time that the Poland Convention Bureau has participated in such a project on this scale, as it is concentrated on promoting Poland as the destination for corporate events. The collective actions have led to the securing of specific events for the coming years. Foreign promotion with city and regional Convention Bureaux and recommended organisers has shown that we are most certainly capable of competing with other destinations, while the actual numbers depicting the volume of the Polish meetings industry should only aid in this matter.



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

W ramach struktur administracji samorządowej, lokalnej oraz regionalnej na terenie Polski na dzień 1.09.2011 funkcjonuje 9 jednostek Convention Bureaux. Poniżej przedstawiamy szczegółowe dane kontaktowe do wszystkich z nich.

As of 1st September, 2011, there are 9 Convention Bureaux operating within the structures of local government, local and regional administrations in the Polish territory. Below we are presenting contact details for all of them.

 BYDGOSZCZ	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	GDAŃSK Convention Bureau convention@gdanskconvention.pl www.gdanskconvention.pl	Gdańska Organizacja Turystyczna ul. Długi Targ 28/29 80-830 Gdańsk
 Katowice convention bureau	Convention Bureau KATOWICE convention@convention.katowice.eu www.convention.katowice.eu	Urząd Miasta Katowice Wydział Zagraniczny ul. Młyńska 4 40-098 Katowice
 KRAKÓW convention bureau	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
 Biuro Kongresów i Spotkań POZNAŃ* *Miasto know-how	POZNAŃ Convention Bureau pcb@um.poznan.pl www.pcb.poznan.pl	Urząd Miasta Poznania Plac Kolegiacki 17 61-841 Poznań
 SZCZECIN	Convention Bureau SZCZECIN office@conventionszczecin.eu www.conventionszczecin.eu www.szczecin-convention.pl	ul. Kruszczoła 3/7 70-730 Szczecin
 TORUŃ CONVENTION BUREAU COPERNICUS	TORUŃ Convention Bureau Copernicus convention@convention.torun.pl www.convention.torun.pl	Bulwar Filadelfijski 8/2 87-100 Toruń
 WARSAW CONVENTION BUREAU	WARSAW Convention Bureau wcb@warsawtour.pl www.warsawconvention.pl	Stołeczne Biuro Turystyki Plac Zamkowy 10 00-297 Warszawa
 Convention Bureau Wrocław	Convention Bureau WROCŁAW info@convention.wroclaw.pl www.convention.wroclaw.pl	ul. Wystawowa 1 51-618 Wrocław

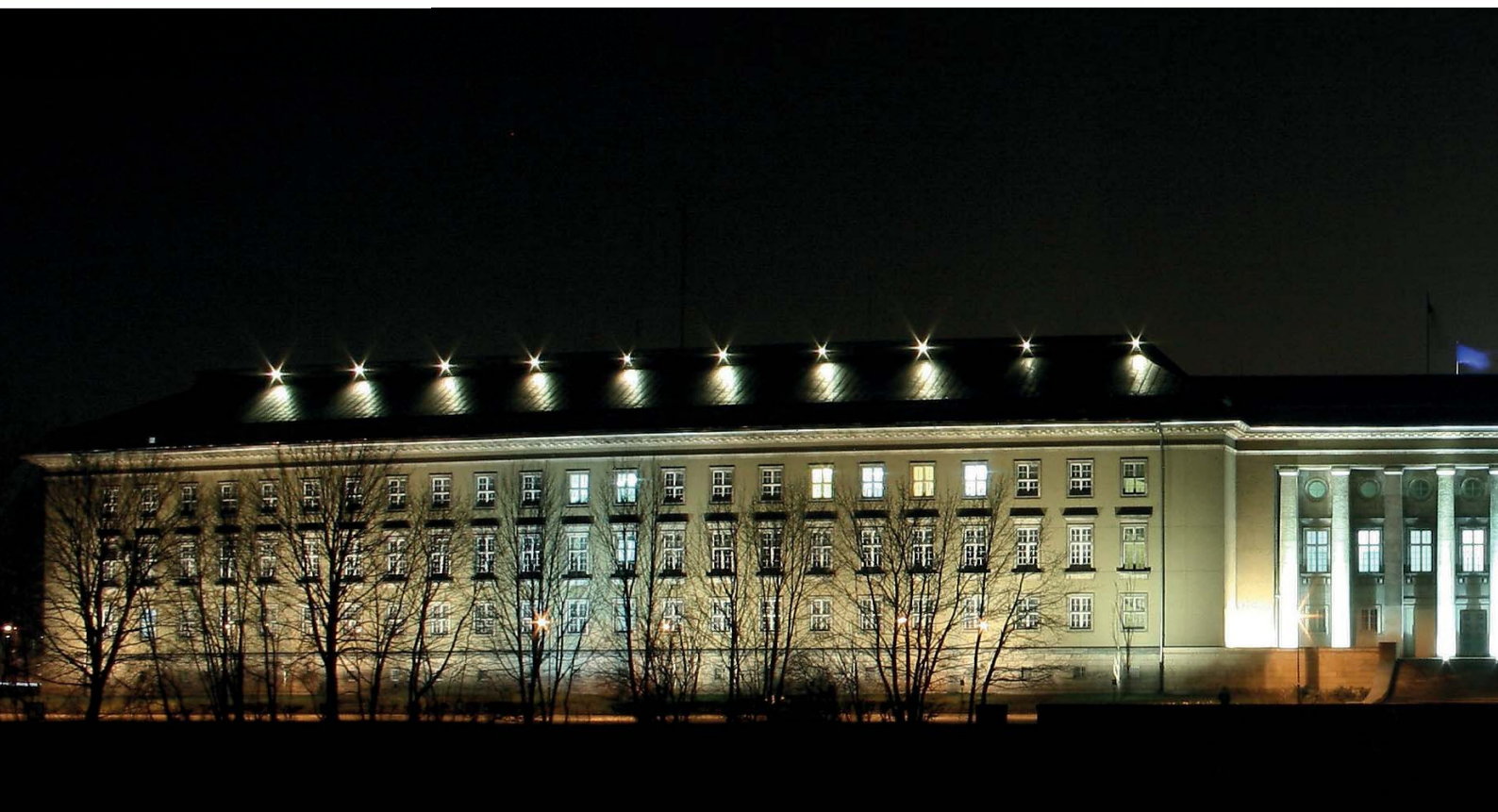


POLAND
CONVENTION
BUREAU

**Polska
by Kate**
www.poland-convention.pl



Move Your Imagination



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



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA



POLAND
CONVENTION
BUREAU