Meetings Week POLAND 2017

# 2017 PODSUMOWANIE



Meetings Week POLAND 2017

# SPIS TREŚCI


02 **MEETINGS WEEK POLAND**
prezentacja wartości branży spotkań

04 **POLAND - MEETINGS DESTINATION**
polski przemysł spotkań: silny jak w Danii i z aspiracjami

07 **NIE TYLKO EVENT JEST WYZWANIEM**

09 **INSPIRATION BOOSTER**

10 **XVII EUROPEJSKA AKADEMIA ORGANIZATORÓW I PLANISTÓW KONFERENCJI I KONGERSÓW**

11 **FORUM OBIEKTÓW**

12 **12 FUTURE LEADERS FORUM WARSAW**
czyli kim są przyszli liderzy branży spotkań

13 **GALA FINAŁOWA**
MP Power Awards i Meetings Week Poland

15 **LAUREACI KONKURSU MP POWER AWARDS 2016**

16 **ORGANIZATORZY**

17 **PARTNERZY I SPONSORZY**

19 **PATRONI MEDIALNI**

21 **MEETINGS WEEK POLAND 2017 W MEDIACH**

22 **ZNAMY WARTOŚĆ POLSKIEGO PRZEMYSŁU SPOTKAŃ**

23 **ZAPROSZENIE**

# MEETINGS WEEK POLAND

## prezentacja wartości branży spotkań

Podczas piątej edycji Meetings Week Poland przedstawiciele polskiej i międzynarodowej branży spotkań rozmawiali o wyzwaniach, trendach, szukali inspiracji i szkolili się. Pięciodniowy cykl konferencji i warsztatów prezentujący wszystkie sektory branży ma na celu edukację, integrację oraz promocję przemysłu spotkań. Jubileuszowa edycja była szczególna także z powodu ogłoszenia wyników badania określającego wpływ przemysłu spotkań na gospodarkę Polski.

26 mld zł wart jest przemysł spotkań w Polsce – wynik raportu Poland Meetings Impact – stał się kluczowym zdaniem konferencji prasowej otwierającej piątą edycję Meetings Week Poland. Premiera raportu, który określa wartość polskiego przemysłu spotkań – sektora, do którego zalicza się m.in. organizację wydarzeń korporacyjnych, konferencji, kongresów, szkoleń czy podróży motywacyjnych – była obecna na wszystkich wydarzeniach Meetings Week Poland 2017. Po raz pierwszy w Polsce i ósmy na świecie udało się policzyć wpływ branży na gospodarkę. Organizacja spotkań i wydarzeń w 2015 r. stanowiła 1 proc. PKB, a branża dała pracę 171 tys. osób. Kluczowym wydarzeniem tego sektora skupiającym całą branżę spotkań jest organizowany od pięciu lat Meetings Week Poland.



*Konferencja prasowa z udziałem przedstawicieli wszystkich współorganizatorów Meetings Week Poland*

Piąta edycja Meetings Week Poland odbyła się w dniach 20 – 24 marca 2017 r., w Szkole Głównej Turystyki i Rekreacji (Grupa Uczelni Vistula) w Warszawie. Organizatorami wydarzenia są: MPI Poland Chapter, Stowarzyszenie Branży Eventowej, Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce, Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel, SITE Poland, Poland Convention Bureau POT, Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji w Warszawie, The Warsaw Voice oraz MeetingPlanner.pl. Patronem honorowym wydarzenia było Ministerstwo Sportu i Turystyki.

Tradycyjnie cykl wydarzeń otworzyła konferencji Poland Meetings Destination, która jest spotkaniem przedstawicieli branży ze środowiskiem samorządowym i rządowym. Dokąd zmierza polski przemysł spotkań? Jaką rolę odegra w strategii rozwoju gospodarki? Czy będzie ważnym fundamentem regionalnych marek turystycznych? Między innymi na te pytania odpowiedzi szukali prelegenci i paneliści oraz zgormadzona publiczność.

Kolejne dni Meetings Week Poland poświęcone były poszczególnym segmentom rynku. Stowarzyszenie Branży Eventowej skupiło się na stwierdzeniu, iż „nie tylko event jest wyzwaniem", prezentując m.in. drogę, jaką przedsiębiorcy muszą pokonać, aby stworzyć dobrze prosperującą agencję eventową czy przedstawiając metody na opanowanie stresu, ponieważ jego wysoki poziom jest jednym z podstawowych elementów pracy w branży eventowej.

Meetings Week POLAND 2017

Inspiration Booster spotkanie przygotowane przez Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel i SITE Poland, poświęcone było strategii, zarządzaniu i motywacji, a zagadnienia te były omawiane przez trenerów i praktyków biznesu. Gościem specjalnym spotkania był mistrz olimpijski, kulomiot Tomasz Majewski, który opowiedział o dążeniu do mistrzostwa, nastawieniu na cel i motywacji.

Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce poświęciło swoje spotkanie uwarunkowaniom prawnym i technikom wsparcia sprzedaży w organizacji konferencji, łącząc część wykładową z praktycznymi warsztatami.

MPI Poland Chapter wspólnie z firmą doradczą Z–Factor zaprosiło przedstawicieli branży na Forum Obiektów, które wypełniły prezentacje i panele „gorące jak oskarowe hity", ponieważ wszystkie wystąpienia inspirowane były bohaterami lub motywami pochodzącymi ze słynnych produkcji filmowych.

W ramach Meetings Week Poland odbyła się dwunasta edycja konferencji IMEX-MPI-MCI Future Leaders Forum, kierowanej do studentów – przyszłych profesjonalistów branży spotkań.

O promocji swoich destynacji, zbieraniu danych dotyczących rynku spotkań oraz współpracy z Polską Organizacją Turystyczną rozmawiali przedstawiciele convention bureaux działających w Polsce.

Uroczystą klamrę, zamykającą spotkania w ramach Meetings Week Poland 2017, stanowiła MP Power Night – gala finałowa konkursu MP Power Awards (organizowanego przez portal MeetingsPlanner.p), poświęconego branży eventowej i poszukującego najlepszych realizacji i praktyk we wszystkich jej sektorach.



*Radosław Dudziński, dyrektor Lubelskiego Centrum Konferencyjnego, partnera MWP 2017, podczas konferencji prasowej otwierającej wydarzenie*

Podczas gali Agnieszka Faracik-Leśniak, prezes MPI Poland podsumowała jubileuszową edycję Meetings Week Poland, podkreślając rozwój branży jej profesjonalizację i dziękując wszystkim partnerom z zaangażowanie w przegotowanie i realizację wydarzenia.

Meetings Week Poland 2017 zgromadził ponad 1400 uczestników. W 2018 roku planowana jest kolejna edycja wydarzenia.

**www.meetingsweek.pl**

*Uczestnicy spotkań piątego dnia Meetings Week Poland 2017*



PROGRAM

# MEETINGS WEEK POLAND 2017

W SKRÓCIE

- **Poland Meetings Destination**
  (20 marca, organizator: The Warsaw Voice)
- **Spotkanie convention bureaux**
  (20 marca, organizator: Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej)
- **Nie tylko event jest wyzwaniem**
  (21 marca, organizator: Stowarzyszenie Branży Eventowej)
- **Inspiration Booster**
  (22 marca, organizator Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel, Site Poland)
- **Uwarunkowania prawne i techniki wsparcia sprzedaży w organizacji konferencji**
  (23 marca, organizator: Stowarzyszenie „Konferencje i Kongresy w Polsce")
- **Forum Obiektów**
  (24 marca, organizator MPI Poland i Z—Factor)
- **XII Studencka Konferencja Naukowa IMEX-MPI-MCI Future Leaders Forum Warsaw**
  (24 marca, organizator Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji w Warszawie)
- **MP Power Night – gala finałowa konkursu MP Power Awards**
  (24 marca, organizator: MeetingPlanner.pl)

# POLAND - MEETINGS DESTINATION

## Polski przemysł spotkań: silny jak w Danii i z aspiracjami

Organizator: The Warsaw Voice

**Tygodniowy cykl wydarzeń, kierowanych do zawodowców polskiego przemysłu spotkań, tradycyjnie już otworzyła konferencja z cyklu Poland Meetings Destination, którego gospodarzem i organizatorem jest The Warsaw Voice. Wzięło w niej udział ponad 200 osób, w tym około 30 mówców i panelistów, z kraju i zagranicy.**

Niewątpliwie najważniejsze wydarzenie konferencji, jakim było ogłoszenie wyników pierwszego badania wpływu przemysłu spotkań na PKB Polski, poprzedziły wystąpienia inauguracyjne. Ich autorzy podkreślali pozytywne oddziaływanie branży na gospodarkę, a także wskazywali na jej ogromny potencjał.

Dawid Lasek, podsekretarz stanu w Ministerstwie Sportu i Turystyki, mówił o roli przemysłu spotkań w rozwoju turystyki w Polsce. W opracowywanej w gabinetach Ministerstwa koncepcji Domu Polskich Turystycznych Marek Terytorialnych branża spotkań



*Panel: Miejsce przemysłu spotkań w gospodarce miast*

ma odgrywać rolę jednego z kluczowych elementów. Z jednej strony małe i większe spotkania, organizowane przez firmy czy instytucje, stanowią doskonałą okazję do zapoznania ich uczestników z regionalnym czy lokalnym produktem turystycznym, z drugiej – naturalne rozwinięcie takiego produktu. W pełni świadome wykorzystanie tych synergii zapewni szybszy rozwój i optymalizację przychodów z turystyki. Nie jest przecież tajemnicą, że najwięcej wydają tzw. turyści biznesowi, w tym uczestnicy konferencji, kongresów czy wystaw i targów.

Strategii marketingu polskiego przemysłu spotkań na rynkach zagranicznych swe wystąpienie poświęcił Marek Olszewski, prezes Polskiej Organizacji Turystycznej. O perspektywach rozwoju branży targowej w Polsce, w kontekście nowych trendów społecznych i technologicznych, a także wiążących się z nimi bardziej lub mniej realnych zagrożeń, mówił Przemysław Trawa, prezes Polskiej Izby Przemysłu Targowego.

## POLAND – MEETINGS DESTINATION

Ireneusz Węgłowski, wiceprezes Orbis SA, największego gracza na rynku hotelowym już nie tylko w Polsce, ale także w Europie Środkowo-Wschodniej, skupił się na znaczeniu segmentu MICE dla tej branży. Jak się okazuje, ponad 6 proc. klientów hoteli sieci Orbis w Polsce, a blisko 59 proc. w całej grupie (dziewięć krajów regionu) to klienci, którzy podróżują w interesach, w tym uczestnicy większych i mniejszych spotkań. Ci ostatni należą zresztą do najbardziej pożądanych gości hotelowych, bo wydają tam na usługi najwięcej.

Wraz z publicznym zaprezentowaniem raportu nt. wpływu przemysłu spotkań na polską gospodarkę przez dr Krzysztofa Celucha, szefa Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej, prof. Ewę Dziedzic ze Szkoły Głównej Handlowej i Agnieszkę Faracik-Leśniak, prezes MPI Poland Chapter, Polska stała się jednym z zaledwie ośmiu krajów, dysponujących wiarygodnymi, porównywalnymi danymi na ten temat. Co z nich dla Polski wynika? W jakim miejscu się znajdujemy? Otóż, jak się okazuje, w całkiem niezłym!

*Kadri Karu, managing director, Estonian Convention Bureau*






*Juliusz Kłosowski (The Warsaw Voice) rozpoczyna konferencję Poland Meetings Destination, tradycyjnie otwierającą cykl spotkań w ramach Meetings Week Poland.*




*Przemysław Trawa, prezes Polskieja Izby Przemysłu Targowego*




*Premiera raportu „Wpływ ekonomiczny przemysłu spotkań na gospodarkę Polski - Poland Meetings Impact 2015"*

Przemysł spotkań w Polsce w 2015 roku (z tego roku pochodzą wykorzystane dane statystyczne) był bowiem odpowiedzialny za 1 proc. PKB. Dokładnie za tyle, co w Danii (tamtejszy raport dotyczy danych z 2010 roku)i prawie tyle, co w Singapurze (1,06 proc.; 2012).

Uczestnicy dyskusji nt. wyników raportu z badań, w której wzięli udział między innymi prof. Jadwiga Berbeka z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, minister Dawid Lasek oraz Magdalena Kondas, redaktor naczelna MeetingPlanner.pl, podkreślali jego największą wartość: potwierdziła się opinia, że branża ma istotny wpływ na PKB Polski i zarazem – co wynika z porównania z innymi krajami – że ma także ogromny potencjał wzrostu. A zatem jest branżą z przyszłością, warto w nią inwestować.

Obrady konferencji wzbogacili swymi prezentacjami także międzynarodowi goście. Kadri Karu, dyrektor Estonian Convention Bureau, przedstawiła swój punkt widzenia na wpływ przemysłu spotkań na gospodarkę. Przykład Estonii i determinacji tamtejszych władz we wspieraniu branży spotkań stanowi niewątpliwie dodatkową zachętę dla Polski w tej dziedzinie. Tym bardziej, iż w Tallinie polski przemysł spotkań, jak twierdzi Kadri Karu, bywa wymieniany wśród przykładów wartych nie tylko obserwacji, ale i naśladowania.

Tezę o tym, iż promocja destynacji nakręca wzrost gospodarczy, bez trudu udowodniła w swej prezentacji Angeles Moreno Vallejo, prezydent MPI Spain Chapter i zarazem założycielka firmy Creative dots. Jej zdaniem wydatki na marketing miejsc powinny być traktowane jak świetna inwestycja w rozwój lokalnych i krajowych gospodarek, a, co za tym idzie, także w dobrobyt obywateli.



*Angeles Moreno Vallejo, CED, MD The Creative dots, prezes MPI Spain Chapter*

# Przemysł spotkań w Polsce w 2015 roku był odpowiedzialny za 1 proc. PKB. Dokładnie za tyle, co w Danii i prawie tyle, co w Singapurze.

Swoisty komentarz do tej tezy stanowiła dyskusja szefów kilku miejskich convention bureaux: Mateusza Czerwińskiego (Warszawa), Jana Mazurczaka (Poznań) oraz Łukasza Wysockiego (Gdańsk), do których dołączyła Angeles Moreno Vallejo. Dynamiczna wymiana zdań, którą poprowadził dr Krzysztof Celuch, potoczyła się wokół zagadnień, związanych z podstawowym celem działania każdego convention bureau, którym jest pozyskiwanie nowych wydarzeń dla swojego miasta. Dyskutanci ostatecznie nie ustalili, czy ma to się odbywać głównie w wyniku działań marketingowych i ułatwiania działalności zainteresowanym podmiotom (pomoc w pozyskiwaniu wydarzeń), czy też poprzez bezpośrednią sprzedaż, prowadzoną „na rachunek" samego convention bureau. Ustalili natomiast z całkowitym przekonaniem, iż największą wartością przy pozyskiwaniu wydarzeń jest dobra współpraca wszystkich zainteresowanych podmiotów. Także wtedy, gdy na co dzień niektóre z nich konkurują ze sobą.

Zamykając konferencję, prowadzący obrady Juliusz Kłosowski, dyrektor programowy cyklu Poland Meetings Destination, podkreślił trzy elementy, które odróżniają obecną sytuację środowisk związanych z przemysłem spotkań w Polsce od tej sprzed kilku lat. Po pierwsze, dzięki badaniom i raportowi, branża wie, w jakim punkcie rozwoju jest obecnie i dokąd powinna zmierzać, co bez wątpliwości wzmacnia samoświadomość i determinację jej przedstawicieli. Po drugie, nie bez znaczenia jest to, iż o istotnym wpływie przemysłu spotkań na PKB i liczbę miejsc pracy w Polsce dowiadują się także inne środowiska, w tym decydencko-polityczne. Po trzecie, po raz pierwszy, po latach podejmowanych wysiłków, przemysł spotkań nie tylko trafia do strategii rozwoju turystyki, pisanej w resorcie turystyki, ale trafia tam w roli jednego z kluczowych elementów w koncepcji Domu Polskich Turystycznych Marek Terytorialnych. Wygląda zatem na to, że przemysł spotkań w Polsce ma nie tylko aspiracje, ale i coraz lepsze perspektywy.

*Ireneusz Węgłowski, wiceprezes, Orbis SA*




*Panel: Lokalne i regionalne convention bureaux: rola, standardy, wyzwania*



# Nie tylko event jest wyzwaniem

**Organizator: Stowarzyszenie Branży Eventowej**

Stowarzyszenie Branży Eventowej przyciągnęło ponad stu słuchaczy – przedstawicieli branży MICE oraz studentów - programem dnia „Nie tylko event jest wyzwaniem". W Szkole Głównej Turystyki i Rekreacji w Warszawie 21 marca br. na uczestników MWP 2017 czekały różnorodne prelekcje gości i debata pod auspicjami SBE.

W ramach Dnia SBE o tym jak bardzo kręta jest droga do własnej agencji eventowej opowiadała Marta Dunin-Michałowska, prezes Mea Group. Wystąpienie spotkało się z ciepłym przyjęciem, a kilka osób przyznało, że potraktowało je jako impuls do tego, aby nie odkładać marzeń na później, teraz zacząć realizować swoje pasje – zarówno te zawodowe, jak i prywatne. Przedstawiciel Agencji Ślubnej Primavera Rafał Rosiejak, przedstawił z kolei, jak wypadają nowe agencje eventowe na tle realiów rynkowych. Omówił zwłaszcza etap powstawania i stawiania pierwszych kroków na rynku. Przez wszystkie wystąpienia przewijała się kwestia wysokiej „stresogenności" pracy w branży eventowej, co potwierdzają niezależne międzynarodowe badania. Psycholog Eliza Czyżewska pomagała uczestnikom Dnia SBE w znalezieniu odpowiedzi na pytania: Jak być event managerem i nie oszaleć? Jak radzić sobie ze stresem i nie stracić satysfakcji z realizowanych projektów? Starała się przekazać receptę na efektywne zarządzanie stresem tak jak udanym projektem eventowym.

Emocji nie zabrakło też podczas prelekcji Andrzeja Kruczyńskiego z Centrali Szkoleń AT pt. „Atak terrorystyczny podczas eventu? Niemożliwe?", gdzie omówiono procedury postępowania oraz odbył się pokaz zachowania w sytuacjach zagrożenia. Wyciszeniu sprzyjało z kolei ostatnie tego dnia wystąpienie Grupy WigRaki (Fundacja Rak & Roll) – zastanawiano się wspólnie ze słuchaczami czy event charytatywny jest większym wyzwaniem niż tradycyjne wydarzenie. Nad sprawnym przebiegiem Dnia SBE podczas MWP 2017 czuwał prowadzący Mariusz Korpoliński.




*Debata: Etyka w branży eventowej – Renata Razmuk, Marta Walędziak-Skowrońska, Olga Krzemińska-Zasadzka, Marta Dunin-Michałowska, Piotr Burdzy, Wojciech Zbroja, Magdalena Kondas (fot. Moc&Art. Group)*




*Marta Dunin-Michałowska, prezes Stowarzyszenia Branży Eventowej (fot. Moc&Art. Group)*




*Psycholog Eliza Czyżewska szuka odpowiedzi na pytanie, czy event manager to jeden z najbardziej stresujących zawodów na świecie? (fot. Moc&Art. Group)*



*Uczestnicy konferencji „Nie tylko event jest wyzwaniem" (fot. Moc&Art. Group)*

Dzień SBE zakończył się debatą „Etyka w branży eventowej - Jak etycznie walczyć z tymi, którzy postępują nieetycznie?", moderowaną przez Magdalenę Kondas (MeetingPlanner.pl). W panelu wzięli udział Marta Walędziak-Skowrońska (radca prawn)y, Renata Razmuk (Social Connect), Marta Dunin-Michałowska (Mea Group), Olga Krzemińska-Zasadzka (agencja Power), Wojciech Zbroja (Rent Design) oraz Piotr Burdzy (Orange Polska).

Paneliści byli zgodni, że rosnąca dojrzałość branży eventowej sprzyja wychwytywaniu i piętnowaniu niewłaściwych, nieetycznych praktyk biznesowych. Dyskutowano m.in. o konkretnych przypadkach prób obchodzenia przepisów, czy niewywiązywania się ze zobowiązań finansowych.




*Prowadzący spotkanie Stowarzyszenia Branży Eventowej Mariusz Korpoliński (fot. Moc&Art. Group)*

– Tworząc program tegorocznego Dnia SBE na Meetings Week Poland 2017 mieliśmy na uwadze przede wszystkim zagadnienia, które są szczególnie istotne dla branży – zarówno dla osób dopiero stawiających pierwsze kroki w eventach, jak i doświadczonych event managerów – mówi Marta Dunin-Michałowska, prezes zarządu SBE. – Odwiedzając 21 marca Szkołę Główną Turystyki i Rekreacji w Warszawie można było zdobyć wiedzę o tym jak założyć własną agencję eventową, prowadzić ją z sukcesem, a równocześnie nie dać się stresowi i wypaleniu zawodowemu. Inspirowaliśmy także do angażowania się w działania społeczne i charytatywne – dodaje Marta Dunin-Michałowska.



*Grupa WigRak: Szczepan Żurek, Paweł Cywiński, Jarosław Ziółkowski (fot. Moc&Art. Group)*

**Tworząc program tegorocznego Dnia SBE na Meetings Week Poland 2017 mieliśmy na uwadze przede wszystkim zagadnienia, które są szczególnie istotne dla branży.**

# Inspiration Booster

**Organizatorzy: Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel SOIT i Society for Incentive Travel Excellence SITE**

Inspiration Booster w ramach piątej edycji Meetings Week Poland był dniem inspiracji z cenionymi praktykami biznesu i mistrzem olimpijskim Tomaszem Majewskim. W programie konferencji znalazły się niezwykle ciekawe wystąpienia praktyków biznesowych dotyczące strategii, zarządzania i motywacji.

Na scenie Inspiration Booster – Meetings Week Poland wystąpili:

**Agnieszka Węglarz** – strateg, niezależny doradca i wykładowca z wieloletnim doświadczeniem trenerskim oraz biznesowym, wykładowca ICAN Institute. Prelegentka skutecznie przekonała uczestników, że firmy które mają strategię zyskują więcej.

**Marcin Słomski, FCCA** – partner zarządzający Private Venture Partners, ekspert w zakresie budowy i optymalizacji wartości spółek, wykładowca ICAN Institute. Prelegent opowiadał uczestnikom o tajnikach strategii właścielskiej i wpływie, jaki ma na rozwój biznesu.

**Angelika Chimkowska** – ekspert oswajania zmian dla osób i organizacji biznesowych, autorka książki „Psychologia zmiany w życiu i biznesie" oraz bloga poświęconego zmianom, podzieliła się wiedzą o najczęściej popełnianych błędach w procesie zmian oraz kluczowych elementach sukcesu w oparciu o biznesowe przykłady dwóch firm.

Gościem specjalnym konferencji był mistrz olimpijski **Tomasz Majewski**. Najbardziej utytułowany polski kulomiot, wielokrotny rekordzista Polski i medalista mistrzostw Polski, dwukrotny mistrz olimpijski, opowiedział o dążeniu do mistrzostwa, nastawieniu na cel i motywacji.

Konferencja przybliżyła uczestnikom ponadbranżową inicjatywę Dialog Branżowy SAR – PSML Zleceniodawca – Agencja, której partnerem jest SOIT. Cezary Wilemajtys, członek zarządu SOIT, opowiedział o pierwszych wnioskach z rozmów na linii agencje incentive travel – działy zakupów oraz planach związanych ze stworzeniem kodeksu dobrych praktyk przetargowych. Konferencję poprowadził Krzysztof Pobożniak, członek zarządu SOIT.

– Niezwykle miło jest obserwować, jak rozwija się Inspiration Booster. Każdy rok to kolejne inspirujące wydarzenie, którego ranga ciągle wzrasta. W tym roku poziom merytoryczny prezentacji był wyjątkowo wysoki. Konferencja Inspiration Booster to bardzo cenne doświadczenie biznesowe, duża dawka wiedzy w przystępnej cenie. Już teraz zachęcam przedstawicieli branży MICE, i nie tylko, do uczestnictwa w przyszłym roku – mówi Agnieszka Lewandowska, wiceprezes SOIT.



*Jak być mistrzem w tym co się robi? Panel z udziałem Tomasza Majewskiego*


*Uczestnicy Inspiration Booster*



*Agnieszka Węglarz o strategii w firmie B2B*

# XVII Europejska Akademia Organizatorów i Planistów Konferencji i Kongresów

**Organizator: Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce**

Podczas XVII Europejskiej Akademii Organizatorów i Planistów Konferencji i Kongresów, która tym razem została włączona w kalendarz Meetings Week Poland 2017, dyskutowano o aktualnych problemach i możliwościach rozwoju branży organizatorów konferencji.

Znakomici eksperci podzielili się swoją wiedzą w zakresie m.in. praw autorskich, roli Ambasadorów Kongresów w pozyskiwaniu międzynarodowych wydarzeń czy aktualnych problemów w rozliczaniu VAT.

Mecenas Agnieszka Dalecka opowiedziała o prawie autorskim w kontekście organizacji imprezy firmowej, w tym o elementach podlegających ochronie, sposobach negocjacji z profesjonalistami czy najczęstszych błędach popełnianych przy zawieraniu umów na przygotowanie eventów. Doradca podatkowy Krystian Łatka przedstawił nowinki prawne związane z rozliczaniem podatku VAT przy organizacji konferencji i kongresów, a Anna Górska opowiedziała o niezwykle istotnej roli Ambasadorów Kongresów.

W tym roku Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce odeszło od organizacji samych paneli dyskusyjnych i postawiło na edukację – tego dnia, poza prelekcjami odbyły się także dwa warsztaty praktyczne.



*Anna Górska m.in. o roli Ambasadorów Kongresów w pozyskiwaniu międzynarodowych wydarzeń*




*Anna Jędrocha, prezes Stowarzyszenia Konferencje i Kongresy w Polsce*

## XVII EUROPEJSKA AKADEMIA ORGANIZATORÓW I PLANISTÓW KONFERENCJI I KONGRESÓW

Pierwszy, prowadzony przez Michała Parackiego poświęcony był technikom sprzedaży (up-selling i cross-selling) usług konferencyjnych. Przedstawione zostały metody sprzedaży, umożliwiające maksymalizację zysku z jednej transakcji.

Drugi warsztat, przygotowany przez trenera biznesu Dagmarę Platę-Alf, odkrył tajniki potencjału mediów społecznościowych, ze szczególnym uwzględnieniem Facebooka i LinkedIna, a także usług monitoringu zainteresowania imprezą przez jej potencjalnych uczestników. Nabyta podczas tego modułu wiedza, w opinii organizatorów powinna pozwolić uczestnikom na samodzielne budowanie strategii obecności w wirtualnym świecie oraz na kreowanie skutecznych, społecznościowych kampanii reklamowych konferencji.

Zainteresowanie dniem organizowanym przez SKKP, przeszło oczekiwania organizatorów, a opinie po wydarzeniu są bardzo pozytywne. Uczestnicy chętnie dzielili się swoimi wrażeniami oraz wyrażali chęć uczestnictwa także w przyszłych edycjach.




*Warsztaty: Up selling & cross selling w usługach konferencyjnych*

# Forum Obiektów

**Organizatorzy: MPI Poland i Z—Factor**

Po raz drugi w ramach Meetings Week Poland odbyło Forum Obiektów. Wydarzenie współorganizowane przez firmę Z—Factor i MPI Poland, to jedyna tak duża i tak wartościowa impreza dla hotelarzy i pracowników centrów konferencyjnych. Bez jakichkolwiek opłat każdy mógł wziąć w nim udział.

W tym roku aż 430 osób zgłosiło swoje zainteresowanie uczestnictwem w 16 gorących jak ceremonia wręczenia Oskarów dyskusjach i sesjach panelowych. Finalnie aż 220 z nich wzięło udział w dynamicznych 20-minutowych wstąpieniach typu „power speech" i „time out sessions".

– Forum Obiektów pędzi jak pociąg – mówi Wojciech Liszka, inicjator idei Forum, prezes Z—Factor. – Przez cały dzień nie ma praktycznie przerw, a jedna sesja merytoryczna goni drugą. Tak rozbudowana formuła daje możliwość wymiany doświadczeń, zdobycia nowej wiedzy i kontaktów biznesowych. Łącznie uczestnicy wysłuchali dyskusji ponad 30 prezenterów i panelistów, padły dziesiątki pytań i odpowiedzi, wymieniano się poglądami.

Wyjątkową popularność Forum Obiektów w tym roku zawdzięcza także otwartej formule spotkań. W ramach sesji Open Door każdy mógł zgłosić swoje propozycje wystąpień. Poprzez głosowanie online hotelarze wybrali dwie osoby – Annę Nowakowską oraz Artura Racickiego, którzy wystąpili z zaproponowanymi przez siebie tematami.

Jak zgodnie przyznają organizatorzy Agnieszka Faracik-Leśniak, prezes MPI Poland oraz Wojciech Liszka: – Forum Obiektów zostało pomyślane tak, by dać uczestnikom fachową wiedzę i inspirację do kształtowania branży konferencyjnej w Polsce. Program dedykowany jest wymianie doświadczeń, a dzięki otwartej formule dajemy szansę uczestnikom decydować, jakiej wiedzy poszukują i kogo chcieliby posłuchać. Dzień, w którym ma miejsce impreza, na stałe powinien być wpisany w kalendarze hotelarzy i reprezentantów obiektów konferencyjnych oraz wystawienniczych.



*Panel: Chłopaki z Ferajny o tym jak zarabiać na porozumieniach branżowych, programach partnerskich i stowarzyszeniach.*



*Prezes Z-Factor Wojciech Liszka podczas otwarcia Forum Obiektów*



*Panel: Pulp Fiction - dokument na temat budowania pracowniczych programów premiowych i zapobiegania rotacji pracowników.*



*Panel: Gra o Tron - bez rozlewu krwi o tym jak przekształcić nasze sale w królestwo spotkań*

# 12. Future Leaders Forum Warsaw czyli kim są przyszli liderzy branży spotkań

**Organizator: Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji**

75 studentów z całej polski, wybitni eksperci i konkurs otwierający drzwi do międzynarodowej kariery – w Warszawie po raz dwunasty spotkali się przyszli liderzy branży spotkań. 12. konferencja IMEX-MPI-MCI Future Leaders Forum Warsaw była częścią jubileuszowej, piątej edycji Meetings Week Poland.

Warsztaty i wykłady wiodących ekspertów sektora MICE co roku przyciągają na FLF coraz więcej ambitnych młodych ludzi z całego kraju. Future Leaders Forum to dla uczestników nie tylko szansa do zdobycia specjalistycznej wiedzy, ale też nawiązania sieci kontaktów.

– 12. edycja konferencji IMEX-MPI-MCI Future Leaders Forum Warsaw to przede wszystkim spotkanie przyszłych liderów branży spotkań z pracodawcami. Bardzo się cieszę, że w tegorocznej edycji wzięło udział aż 75 studentów z 10 uczelni. Chcieć to móc – mówi dr Krzysztof Celuch, prorektor ds. studenckich i współpracy międzynarodowej Szkoły Głównej Turystyki i Rekreacji.

Gościem specjalnym konferencji był Tom Hulton, dyrektor ds. międzynarodowych IMEX Group, a szczególnym zainteresowaniem cieszyła się sesja „round-table discussion", podczas której studenci i eksperci rozmawiali w małych, kilkuosobowych grupach, dzięki czemu przyszli liderzy mogli bliżej poznać wybranych specjalistów.



*Krzysztof Celuch, prorektor Szkoły Głównej Turystyki i Rekreacji w Warszawie.*



*Jolanta Żyśko, rektor Szkoły Głównej Turystyki I Rekreacji w Warszawie.*




*Ogłoszenie zwycięzcy półfinału konkursu University Challenge.*

## 12. FUTURE LEADERS FORUM WARSAW

– To niepowtarzalna okazja, żeby zrobić pierwsze kroki w swojej karierze, osobiście poznać ekspertów i wymagania tej branży – podkreśla Anatolij Bohoriev, przewodniczący Studenckiego Koła Naukowego Turystyki Biznesowej „2B", zaangażowanego w organizację konferencji.

Nieodzownym elementem i punktem kulminacyjnym FLF był półfinał IMEX University Challenge – sponsorowanego przez sieć hoteli Marriott konkursu, który umożliwia studentom wykazanie się kreatywnością w planowaniu wydarzeń.

– University Challenge to unikalna okazja, aby spróbować swoich sił, jako przyszły lider branży przemysłu spotkań i zmierzyć się z pasjonatami tego sektora z całego świata. Zwycięstwo w półfinale to nagroda za ciężką pracę, ale prawdziwe wyzwanie dopiero przede mną – podsumowuje zwyciężczyni półfinału, Katarzyna Kalinowska, studentka SGTiR.

*W 12. IMEX MPI MCI Future Leaders Forum Warsaw uczestniczyli studenci z dziesięciu polskich uczelni.*



# Gala finałowa
## MP Power Awards
## i Meetings Week Poland




*Nagrodzeni i nominowani w konkusie MP Power Awards. Fot. Robert A. Szarapka, PHOTOholic.pl.*

**Organizator: MeetingPlanner.pl**

Podczas jubileuszowej MP Power Night – finału MP Power Awards 2016 i konkursu towarzyszącego Kreatywny Roku Branży Eventowej – zostali ogłoszeni laureaci, nagrodzone projekty i obiekty eventowe oraz – po raz pierwszy – eventowy produkt roku. Gala po raz kolejny była także finałowym eventem Meetings Week Poland.

W piątej edycji MP Power Awards jury konkursu nagrodziło najlepsze eventy, wskazało miejsca ze szczególnym potencjałem eventowym, eventowy produkt roku oraz wyróżniło osobistości branży. W konkursie Kreatywny Roku Branży Eventowej poszukiwano najlepszych kreatywnych wyspecjalizowanych w sektorze eventowym oraz ludzi, którzy mają potencjał, by rozwijać swoją karierę w tym kierunku. Podczas tegorocznej MP Power Night branża poznała także Odkrycie Roku MPI Poland.

Jury MP Power Awards, złożone z przedstawicieli korporacji, agencji i podwykonawców, pod przewodnictwem Edyty Styczeń-Gawin (kierownik ds. komunikacji marketingowej - projekty marketingowe, Netia SA) obradowało w trzech zespołach. Przedstawiciele wszystkich sektorów branży poszukiwali najbardziej wyrazistych na rynku osobistości, ekspertów w swojej dziedzinie, oceniając ich zaangażowanie w rozwój rodzimego rynku spotkań, nastawienie na współpracę, etykę branżową oraz dokonania w 2016 roku. Zespół złożony z przedstawicieli korporacji i instytucji oceniał zgłoszone do konkursu projekty, biorąc pod uwagę ich kreację, sposób realizacji, logistykę, relację pomiędzy założeniami klienta a osiągniętymi efektami, szukając tych z największą siłą przebicia na rynku. Natomiast zespół, w którego skład weszli producenci z agencji eventowych oraz osoby realizujące spotkania w korporacjach, oceniał obiekty. W pracach jury tej grupy pomagał audyt nominowanych obiektów przeprowadzony przez firmę Z-Factor, partnera części konkursu MP Power Venue.

Statuetki – Powery zostały wręczone podczas uroczystej gali MP Power Night, która odbyła się 24 marca, w przestrzeni Trybuny 2, Toru Wyścigów Konnych Służewiec w Warszawie. Zwycięzców ogłaszali członkowie Jury MP Power Awards i Kreatywny Roku Branży Eventowej. Oklaskiwali ich natomiast przedstawiciele agencji eventowych, incentive travel, PCO, DMC, stowarzyszeń i korporacji oraz instytucji publicznych.

MP Power Night tradycyjnie poprowadził aktor, trener biznesu oraz juror MP Power Awards – Jacek Rozenek. Sylwia Banaszewska (prezes zarządu MeetingPlanner.pl) i Magdalena Kondas (redaktor naczelna MeetingPlanner.pl) wśród powitań i podziękowań, przedstawiły nową inicjatywę MP Power Awards – zaangażowanie we wsparcie Fundacji „Akcja na rzecz zwierząt Viva" i Schroniska dla zwierząt w Korabiewicach. Tradycyjnie również MP Power Night jest częścią i finałem Meetings Week Poland. Tydzień spotkań branży eventowej podsumo-

wała Agnieszka Faracik-Leśniak, prezes MPI Poland, stowarzyszenia, które było koordynatorem MWP 2017. Krzysztof Celuch, kierownik zespołu projektu Poland Meetings Impact, zaprezentował rezultaty badania zapowiedzianego na ubiegłorocznej gali MP Power Night.

Na scenie MP Power Night wystąpili śpiewaczka Izabela Kopeć, prezentując utwór Apocalipse i fragmenty z repertuaru House Opera Diva, artyści formacji Sztukmistrze z Lublina, John James w projekcie Cover Maniacx oraz trio Classic Sisters.

Catering przygotowany przez Belvedere Catering by Design nawiązywał do stylistyki słynnych przyjęć podczas wyścigów Royal Ascot. Inspiracją była lokalizacja wydarzenia na Torze Wyścigów Konnych Służewiec.

Organizatorem konkursu MP Power Awards i Kreatywny Roku Branży Eventowej oraz gali finałowej jest MeetingPlanner.pl. Za kreację, produkcję i reżyserię MP Power Night odpowiadał partner strategiczny MP Power Awards – agencja Rebelia Media. MP Power Awards odbywa się pod honorowym patronatem Ministerstwa Sportu i Turystki oraz we współpracy ze stowarzyszeniami reprezentującymi środowisko eventowe.



*Prowadzący galę - Jacek Rozenek. Fot. Robert A. Szarapka, PHOTOholic.pl.*

*Agnieszka Faracik-Leśniak (MPI Poland) podsumowuje Meetings Week Poland, Krzysztof Celuch przedstawia Poland Meetings Impact. Fot. Robert A. Szarapka, PHOTOholic.pl.*



*Gala odbyła się w przestrzeni Trybuny 2 Toru Wyścigów Konnych Służewiec. Fot. Robert A. Szarapka, PHOTOholic.pl.*



# **LAUREACI** KONKURSU MP POWER AWARDS 2016

## MP POWER AWARDS – MP POWER PROJEKT

**Kategoria:** Event promocja marki B2B
Europejska premiera autorskiego produktu firmy Oknoplast (klient: Oknoplast, agencja: event-factory)

**Kategoria:** Event promocja marki B2C
H&M WF-Reaktywacja (klient: H&M, agencja: Plej)

**Kategoria:** Event firmowy – celebracja
iHestia Premiera Nowego Świata Ubezpieczeń (klient: Sopockie Towarzystwo Ubezpieczeń Ergo Hestia, agencja: Walk Events)

**Kategoria:** Event firmowy – integracja
Team Spirit (klient: Philip Morris Polska Distribution, agencja: Imagine Nation)

**Kategoria:** Event firmowy – edukacja
Obóz Adamed SmartUp (klient: Fundacja Grupy Adamed, agencja: Walk Events)

**Kategoria:** Event - pozostałe formy
Euro U-21 Final Draw (klient: PZPN/UEFA, agencja: ICP Group)

**Kategoria:** Incentive travel BtoB
Epson 21 Samurajów (klient: Epson Europe BV Oddział w Polsce, agencja Wagabundo Travel Paweł Wojtyszyn)

**Kategoria:** Incentive travel BtoE
Czarna perła z kroplą wina (klient Aegon, agencja: Viventum)

**Kategoria:** Program wsparcia sprzedaży z wykorzystaniem incentive travel
Korona Żywca (klient: Grupa Żywiec, agencja: InDreams)

**Kategoria:** Kongres
7. Konferencja ABSL Transforming Ourselves, Changing The World (klient: Association of Business Service Leaders (ABSL), agencja: event-factory)

**Kategoria:** Targi
FIWE Międzynarodowe Targi Fitness & Wellness (agencja: IC Events, projekt własny)

**Kategoria:** Kampania zintegrowana z wykorzystaniem event marketingu
Chroń Dziecięce Uśmiechy (klient: Wrigley, agencja: Master Brand)

**Kategoria:** Catering
Szczyt NATO 2016 (caterer: Mazurkas Catering 360°, klient: Ministerstwo Obrony Narodowej)

**Kategoria:** Oprawa wizualna
Grand Prix 2.0 16 – Spotkanie Sprzedawców Mercedes-Benz Cars (realizator: VES, agencja: Walk Events, klient: Mercedes Benz)
CSR w branży eventowej
Daj się oświecić (klient: PGE Obrót SA, agencja: El Padre)
Obóz Adamed SmartUp (klient: Fundacja Grupy Adamed, agencja Walk Events)

## MP POWER AWARDS – MP POWER 12

**Meeting Planner – marketer lub właściciel biznesowy**
Michał Skuza, dyrektor Biura Sponsoringu i Eventów, PKN Orlen

**Meeting Planner – dział zakupów**
Magdalena Galińska, kierownik ds. Zakupów Usług Eventowych, Polpharma Biuro Handlowe

**Meeting Planner – stowarzyszenie**
dr hab. prof. UAM Tadeusz Wallas, Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, prorektor, International Political Science Association (IPSA)

**Meeting Planner – agencja eventowa**
Bartosz Bieszyński, prezes zarządu Walk Events

**Meeting Planner – agencja incentive travel**
Łukasz Adamowicz, wiceprezes, Grupa BFC

**Meeting Planner – DMC / PCO**
Julien Hallier, managing partner Destination Poland

**Meeting Planner – team building / outdoor**
Monika Dymacz-Kaczmarczyk, dyrektor zarządzający, Exprofesso

**Convention bureau**
Łukasz Wysocki, prezes zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej/ Gdańsk Convention Bureau

**Dostawca – venue**
Miłosz Stanisławski, general manager, Sound Garden Hotel Airport

**Dostawca – multimedia**
Michał Czerniak, wiceprezes zarządu, Brill AV Media

**Dostawca – catering**
Kamil Kaźmierkiewicz, zastępca dyrektora generalnego, dyrektor sprzedaży, MCC Mazurkas Conference Center & Hotel

**Open**
Magdalena Spisak, procurement consultant, Procurement Consulting
MP POWER AWARDS – MP POWER VENUE

**Event venue**
DoubleTree by Hilton Łódź & Wytwórnia

**Biznes venue**
Sound Garden Hotel Airport, Warszawa

**Kongres venue**
Nosalowy Dwór Resort & Spa, Zakopane

**Multi venue**
Concordia Design Poznań

**Unique venue**
Zamek Biskupi w Janowie Podlaskim

## MP POWER AWARDS – MP POWER PRODUKT

The Tree of Life – gra symulacyjna, Pracownia Gier Szkoleniowych

## KREATYWNY ROKU BRANŻY EVENTOWEJ

- konkurs towarzyszący MP Power Awards

**Kreatywny Roku Branży Eventowej 2016**
Agnieszka Widera, senior creative, endorfina events

**Młody Kreatywny Branży Eventowej**
Anna Maria Ryll, Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie

## ODKRYCIE ROKU MPI POLAND

Weronika Wirtel, specjalista ds. sprzedaży i marketingu, Centrum Kongresowe ICE Kraków

# Organizatorzy

**Kordynator Meetings Week Poland 2017.**
Stowarzyszenie działające w branży spotkań w Polsce, będące oddziałem międzynarodowej organizacji Meeting Professionals International. Głównym celem organizacji jest edukacja, osobisty rozwój członków oraz wspieranie rozwoju meetings industry w naszym kraju. MPI Poland Chapter jest organizatorem cyklicznych spotkań szkoleniowych, a także inicjatorem wydarzenia Meetings Week Poland. Stowarzyszenie corocznie wręcza nagrodę Odkrycie Roku MPI Poland, która jest uhonorowaniem osiągnięć nowych branżowych liderów.

www.mpiweb.pl

Najstarsza w Polsce organizacja profesjonalistów branży spotkań. Prowadzi lobbing dla rozwoju usług konferencyjnych i rzecznictwo interesów profesjonalnych organizatorów kongresów. Współzałożyciel Europejskiej Federacji EFAPCO. Główne projekty: Program Ambasadorów Kongresów Polskich (z POT), Europejska Akademia Organizatorów Konferencji, badania i publikacje nt. innowacji. W SKKP działają komisje „Warszawa Kongresowa", „Polski Cruising", „Marketing Obiektów Sportowych". SKKP wdraża program 20 kongresów na XX-lecie (do roku 2018).

www.skkp.org.pl

Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji jest uczelnią biznesową, przygotowującą absolwentów do pracy w tworzeniu, kierowaniu i zarządzaniu przedsiębiorstwami turystycznymi, sportowymi lub rekreacyjnymi. Prowadzi studia I i II stopnia na kierunku Turystyka i Rekreacja, na 11 specjalnościach oraz studia I stopnia na kierunku Dietetyka. W Rankingu Perspektyw 2015 SGTiR uplasowała się na najwyższym miejscu wśród niepublicznych uczelni turystycznych, a w ogólnym zestawieniu – wśród 20 najlepszych uczelni niepublicznych.

www.sgtir.edu.pl

SITE Poland jest polskim oddziałem międzynarodowego stowarzyszenia SITE Global, skupiającego profesjonalistów z branży incentive travel. Podstawowym celem SITE Poland jest działanie na rzecz wszechstronnego rozwoju i propagowania podróży incentive jako efektywnego narzędzia marketingowego wspierającego sprzedaż i rozwijającego motywację. Równoległym celem jest podnoszenie standardów etyki biznesowej i pracy zawodowej w tej dziedzinie.

www.sitepoland.pl

SOIT to organizacja zrzeszająca profesjonalistów, których wspólnym celem jest propagowanie incentive travel jako silnego i efektywnego narzędzia biznesowego. Poprzez integrację środowiska i reprezentowanie jego interesów stowarzyszenie chce budować dobre imię i wizerunek branży. Szerzyć wiedzę, podnosić kompetencje, wyznaczać oraz promować wysokie standardy realizowanych projektów incentive travel.

www.soit.net.pl

Organizator Poland Meetings Destination. Poland Meetings Destination to program cyklicznych spotkań i publikacji, realizowany przy współpracy wielu podmiotów. Gospodarzem i koordynatorem projektu jest WV Marketing Sp. z o.o. z grupy The Warsaw Voice. Cele programu obejmują tworzenie warunków szybszego rozwoju, integracji oraz systematycznej, krajowej i międzynarodowej, promocji rynku turystyki przyjazdowej i przemysłu spotkań w Polsce. Organizatorzy poszukują rozwiązań, które pozwolą w konsekwencji na podniesienie udziału branży w tworzeniu krajowego produktu brutto.

www.polandmeetingsdestination.pl

SBE zrzesza agencje eventowe, podwykonawców eventów oraz lokalizacje. Działa na rzecz popularyzacji i profesjonalizacji polskiego rynku wydarzeń poprzez działania edukacyjne oraz pro-biznesowe. Jest inicjatorem oraz współtwórcą Studium Podyplomowego Event Management przy Wydziale Zarządzania UW. Dąży do wypracowania wspólnych dla całej branży standardów działania z klientami i kontrahentami, do umacniania pozycji event marketingu wśród najbardziej docenianych narzędzi marketingowych i biznesowych.

www.sbe.org.pl

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 biznesowych. Jesteśmy pierwszym kontaktem dla wszystkich, poszukujących informacji dotyczących partnerów biznesowych i obiektów konferencyjnych oraz planujących zorganizować kongres stowarzyszenia lub wydarzenie korporacyjne w Polsce. Naszym priorytetowym celem jest budowanie wizerunku Polski jako kraju atrakcyjnego dla organizacji wszelkiego rodzaju wydarzeń biznesowych.

www.poland-convention.pl

Portal adresowany do przedstawicieli branży spotkań. Misją platformy jest dostarczanie rzetelnej informacji, wdrażanie narzędzi wspierających proces organizacji wydarzeń, a także inicjowanie działań mających na celu integrację środowiska. MeetingPlanner.pl jest organizatorem konkursu MP Power Awrads i Kreatywny Roku Branży Eventowej, MP Legia Cup, spotkań B2B i wizyt studyjnych jak MP MICE Tour®, MP Fast Date® oraz wydawcą publikacji, których tematyka dotyczy branży spotkań jak „Prawo w eventach" czy „Leksykon przemysłu spotkań".www.meetingplanner.pl, www.vistula.edu.pl

www.meetingplanner.pl
www.vistula.edu.pl

# Partnerzy i sponsorzy

**PARTNER STRATEGICZNY**

Polska Izba Przemysłu Targowego

Polska Izba Przemysłu Targowego, powstała w 1993 roku, jest jedyną ogólnopolską organizacją zrzeszającą przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w przemyśle targowym. Członkowie Polskiej Izby Przemysłu Targowego reprezentują: organizatorów targów, operatorów obiektów targowo-konferencyjnych w Polsce, przedsiębiorstwa oferujące usługi w zakresie projektowania, budowy i wyposażania stoisk targowych oraz transportu i spedycji targowej, organizatorów wystąpień polskich firm w targach za granicą oraz przedstawicielstwa targów zagranicznych w Polsce. Do Izby należą również firmy z branży reklamy i marketingu, media, przedsiębiorstwa gastronomiczne i firmy oferujące bazę noclegową.

Misją Polskiej Izby Przemysłu Targowego jest:

- służyć jako wszechstronna platforma współpracy wszystkich uczestników rynku targowego w Polsce,
- tworzyć skuteczną płaszczyznę działań lobbingowych na rzecz polskiego przemysłu targowego,
- promować udział w targach i wystawach jako skuteczny elment strategii marketingowej i komunikacyjnej przedsiębiorstw,
- działać na rzecz podniesienia standardów usług targowych oferowanych przez członków, w tym na rzecz wiarygodnych, transparentnych statystyk targowych,
- oferować uczestnikom rynku targowego możliwości w zakresie edukacji targowej i biznesu,
- działać na rzecz integracji członków i ich identyfikacji ze środowiskiem oraz wypracowania motywacji do wspólnego działania i takiej kultury współpracy, aby pomnażała i chroniła interesy gospodarcze członków Izby.

Polska Izba Przemysłu Targowego jest wieloletnim członkiem Krajowej Izby Gospodarczej oraz UFI – Światowego Stowarzyszenia Przemysłu Targowego. PIPT jest parterem Centrex – Międzynarodowego Związku Statystyk Targowych, zrzeszającego największych organizatorów targów z Europy Środkowowschodniej.

www.polfair.pl

**PATRONAT HONOROWY**

Ministerstwo Sportu i Turystyki

Ministerstwo Sportu i Turystyki odpowiada za programowanie rozwoju i kształtowanie mechanizmów prawno-ekonomicznych sportu i turystyki, wyznaczanie kierunków i priorytetów oraz sprawowanie nadzoru nad realizacją zadań z zakresu promocji sportu i turystyki na rynku krajowym i zagranicznym.

Priorytetami Ministerstwa Sportu i Turystyki w zakresie turystyki jest rozwój turystyki przyjazdowej do Polski oraz turystyki krajowej. Do zakresu działania Departamentu Turystyki należy w szczególności realizacja zadań związanych z kreowaniem rozwoju i promocją turystyki oraz tworzenie mechanizmów regulacji rynku turystycznego.

www.msport.gov.pl

**PARTNERZY I SPONSORZY**

Polska Organizacja Turystyczna

POT jest jedną z ponad 200 działających na świecie narodowych organizacji turystycznych. Naszym celem jest wypromowanie Polski jako kraju atrakcyjnego dla turystów, nowoczesnego, z wysokimi standardami usług i korzystnymi cenami. Nasze działania na rzecz promocji i rozwoju turystyki polskiej prowadzimy, zarówno w kraju jak i zagranicą. Jesteśmy agencją rządową wspierającą podmioty, które zajmują się turystyką. Polska Organizacja Turystyczna ma swoje przedstawicielstwa w 14 krajach świata. Dzięki znajomości specyfiki różnych krajów możemy planować nasze kampanie promocyjne, które uwzględniają charakter i potrzeby poszczególnych rynków. Od 2002 roku w strukturach POT działa Poland Convention Bureau (PCB), które jest jednostką odpowiedzialną za promocję Polski jako atrakcyjnej destynacji dla organizacji spotkań i wydarzeń biznesowych.

www.pot.gov.pl

**PARTNERZY I SPONSORZY**

DIGITAL KNOWLEDGE VILLAGE

To jedno z najbardziej innowacyjnych miejsc w Warszawie dedykowanych eventom. Powstało z myślą o wszystkich organizatorach, ceniących kompleksowe podejście do wydarzeń. 1200 mkw. różnorodnej powierzchni eventowej umożliwia realizację ambitnych i kreatywnych projektów. Do dyspozycji uczestników zostało oddanych 14 nowoczesnych sal, w tym studio eventowe, które ma 330 mkw. powierzchni i 7 m wysokości, studia digitalizacji wiedzy, laboratoria UX, 4 studia nagraniowe, studio focusowe, restauracja, sundeck na 2 poziomach i wiele miejsc relaksu.

www.knowledgevillage.pl

ICE KRAKÓW CONGRESS CENTRE

Centrum Kongresowe ICE Kraków to biznesowa i kulturalna wizytówka miasta. Zlokalizowana w samym sercu Krakowa, pozwala na organizację różnorodnych wydarzeń: od międzynarodowych kongresów, konferencji, sympozjów oraz spotkań biznesowych, przez wydarzenia kulturalne, takie jak koncerty, spektakle operowe, teatralne i baletowe, aż po spotkania o charakterze społecznym. Dzięki otwarciu centrum kongresowego Kraków posiada dziś infrastrukturę, która w pełni pozwala cieszyć się z wizyty w stolicy Małopolski: prestiżowy obiekt, bazę hotelową oraz niezwykle zróżnicowaną ofertę kulturalną, kulinarną i usługowo-handlową.

www.icekrakow.pl

od niechcenia SCENOGRAFIE

Od Niechcenia to prężnie rozwijająca się firma scenograficzna, działająca na rynku od 2007 roku. Firma zajmuje się tworzeniem scenografii do sesji zdjęciowych, filmów, eventów, na targi oraz na potrzeby nietypowych wydarzeń, wymagających indywidualnych, szytych na miarę rozwiązań. Dzięki własnej pracowni, zapleczu magazynowemu i doświadczonym specjalistom, firma oferuje swoim klientom kompleksową obsługę, począwszy do kreacji i wizualizacji projektu, aż po jego realizację.

www.odniechcenia.pl

Meetings Week POLAND 2017

Event OOH
www.oohmagazine.pl/event

Największy katalog branży Event & MICE! dedykowany pracownikom agencji eventowych, reklamowych, PR i działów marketingu. W katalogu OOH event! znaleźć można informacje o agencjach, obiektach, cateringu, wyposażeniu, atrakcjach i gadżetach, a także przeczytać ciekawe wywiady i artykuły branżowe. Jednym słowem, to swoiste kompendium wiedzy. OOH event! jako jedyne wydawnictwo na rynku jest kolportowane na konferencjach marketingowych, docierając bezpośrednio do marketerów decydujących o budżetach marketingowych i eventowych.

**www.oohevent.pl**

RENT DESIGN

Rent Design to 27 tys. produktów, fachowa obsługa i własna flota samochodowa, dostępne na życzenie klientów 24 godziny na dobę. Firma jest liderem wypożyczalni mebli w Polsce, a jej meble i akcesoria dekoracyjne pojawiają się niemal 2000 razy w roku na różnego rodzaju eventach i innych, wysokiej klasy wydarzeniach. Rent Design zapewnia swoim klientom transport w wybrane miejsce w Polsce i Europie, montaż i demontaż mebli oraz profesjonalne doradztwo w zakresie ustawiania wszystkich swoich produktów.

**www.rentdesign.pl**

PRO 4 MEDIA

PRO4MEDIA to zespół pasjonatów wizualnej oprawy eventów. Firma specjalizuje się w technicznej obsłudze wydarzeń w zakresie multimediów, oświetlenia oraz autorskich rozwiązań interaktywnych. Stawia na grupę profesjonalistów, którzy najbardziej lubią skomplikowane realizacje, a działanie poza schematem to ich codzienność. Do dyspozycji Klientów podstawia dedykowany eventowi sprzęt najwyższej jakości, czyli pełen wybór możliwości w dostosowaniu do lokalizacji i potrzeb. Co to daje organizatorom wydarzeń? Spokój i bezpieczeństwo! Ponad 5000 zrealizowanych z sukcesem eventów o różnej skali i rodzaju owocuje ogromnym doświadczeniem ekipy. Nowoczesne technologie wymagają ciągłego rozwoju, a PRO4MEDIA nie wystarcza podążanie za trendami. Oni je kreują!

**www.pro4media.pl**

POLAND CONVENTION BUREAU

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 biznesowych. Jesteśmy pierwszym kontaktem dla wszystkich, poszukujących informacji dotyczących partnerów biznesowych i obiektów konferencyjnych oraz planujących zorganizować kongres stowarzyszenia lub wydarzenie korporacyjne w Polsce. Naszym priorytetowym celem jest budowanie wizerunku Polski jako kraju atrakcyjnego dla organizacji wszelkiego rodzaju wydarzeń biznesowych.

**www.poland-convention.pl**

Blue Bottle
Agencja Modelek i Hostess

Agencja modelek i hostess – od 4 lat zapewnimy hostessy, modelki, fordanserki i wszelkiego rodzaju inny personel na potrzeby rynku MICE. Obsługujemy zarówno małe eventy oraz targi, jak i największe wydarzenia w kraju – w tym akcje promocyjne na ponad 100 osób jednocześnie, czy wielomiesięczne kompleksowe kampanie z zakresu zapewnienia personelu dla czołowych marek w całej Polsce.

**www.bluebottle.pl**

SYSKONF

Syskonf to internetowy system rejestracji i obsługi uczestników konferencji, kongresów, szkoleń i innych eventów. Poprzez prosty w obsłudze panel administracyjny organizator może samodzielnie uruchomić formularz zgłoszeniowy online i zarządzać stroną internetową wydarzenia. Platforma Syskonf.pl umożliwia m.in.: rejestrację w wielu językach, przyjmowanie opłat w różnych walutach, obsługę płatności i monitorowanie wpłat, wystawianie faktur, uruchomienie osobnego formularza do przesyłania abstraktów, wysyłkę selektywnego i spersonalizowanego mailingu, wydruk spersonalizowanych identyfikatorów i certyfikatów czy obsługę recepcji na miejscu.

**www.syskonf.pl**

ROYAL CATERING

Royal Catering to firma z dobrą historią pisaną od 2005 roku, kiedy to wystartowała z kompleksową obsługą gastronomiczną wydarzeń małych i dużych. Zaangażowanie profesjonalistów branży gwarantuje doskonałą organizację, najwyższy poziom obsługi oraz wyśmienitą kuchnię w stylu tradycyjnym i fusion. Posiadamy własną wypożyczalnia sprzętu Gastro Rental, dzięki czemu jesteśmy konkurencyjni cenowo oraz elastyczni w zakresie czasu realizacji zlecenia. Naszą ofertę dopełnia własna cukiernia z fantastycznymi słodkościami, działająca pod marką Cake Boss.

**www.royal-catering.pl**

SYMPOSIUM CRACOVIENSE

Symposium Cracoviense działa na rynku turystyki biznesowej od 1998 roku i jej celem jest profesjonalna obsługa logistyczna i techniczna wykładów, prezentacji i wystaw. Firmę tworzy doświadczony zespół, od wielu lat zajmujący się organizacją krajowych i międzynarodowych kongresów, konferencji, sympozjów. Ich perfekcyjna praca pozwala firmie osiągać sukcesy organizacyjne. Firma promuje wśród dostawców społeczną odpowiedzialność biznesu, stara się stosować podczas organizacji kongresów rozwiązania przyjazne środowisku.

**www.symposium.pl**

SZKOŁA GŁÓWNA TURYSTYKI I REKREACJI

Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji jest nowoczesną uczelnią biznesową, przygotowującą absolwentów do pracy w tworzeniu, kierowaniu i zarządzaniu przedsiębiorstwami turystycznymi, sportowymi lub rekreacyjnymi. Prowadzi studia I i II stopnia na kierunku Turystyka i Rekreacja, na 11 specjalnościach oraz studia I stopnia na kierunku Dietetyka. W Rankingu Perspektyw 2015 SGTiR uplasowała się na najwyższym miejscu wśród niepublicznych uczelni turystycznych, a w ogólnym zestawieniu – wśród 20 najlepszych uczelni niepublicznych.

**www.sgtir.edu.pl,**
**www.vistula.edu.pl**

# Patroni medialni

eventmanagement POLSKA

Czasopismo Event Management Polska skierowane jest do event managerów, właścicieli firm i agencji eventowych, travel plannerów oraz osób, które organizują imprezy, konferencje, szkolenia czy kongresy. Magazyn gwarantuje tylko merytoryczne informacje dotyczące branży MICE, proponuje gotowe rozwiązania dla osób zarządzających eventami i przedstawia najciekawsze informacje eventowe z całego świata. Inspirujące treści można zawdzięczyć autorom czasopisma, których stanowią praktycy branży spotkań, specjaliści od mediów i świata nowych technologii.

www.eventmanagement.pl

HOTELARZ

Hotelarz jest najstarszym czasopismem branży hotelowej w Polsce. Ukazuje się od ponad 50 lat. Ma największy zasięg spośród innych tytułów branżowych. Przy średnim nakładzie 4,1 tys. egz. jest czytany przez ponad 30 tys. pracowników branży hotelowej tj. osoby decyzyjne, odpowiedzialne za wyposażenie, urządzenie oraz zaopatrzenie obiektów hotelarskich, inwestorzy i pracownicy firm produkujących i dystrybuujących produkty i usługi dla branży hotelarskiej. Dystrybucja odbywa się przez prenumeratę i w salonach prasowych, na targach, konferencjach i szkoleniach Akademii Hotelarza, w hotelach oraz restauracjach.

www.e-hotelarz.pl

MeetingPlanner.pl

Portal adresowany do przedstawicieli branży spotkań (eventowej). Misją platformy jest dostarczanie aktualnej i rzetelnej informacji, wdrażanie narzędzi wspierających proces organizacji wydarzeń, a także inicjowanie działań mających na celu integrację środowiska branżowego. MeetingPlanner.pl jest organizatorem konkursu MP Power Awrads i Kreatywny Roku Branży Eventowej, MP Legia Cup, spotkań B2B i wizyt studyjnych jak MP MICE Tour®, MP Fast Date® oraz wydawcą publikacji, których tematyka dotyczy branży spotkań jak „Prawo w eventach" czy „Leksykon przemysłu spotkań".

www.meetingplanner.pl

EVENTOWA blogerka

Blog Eventowa Blogerka został stworzony z myślą o szeroko pojętej branży eventowej, MICE, event managerów, planistów oraz podwykonawców związanych z branżą eventową. W blogosferze istnieje od 2,5 roku. Blog dostarcza wielu ciekawych pomysłów na event. Inspiruje do poznawania trendów, nowości i sposobów na dotarcie do mas. W swoich zasobach posiada kategorie: styl życia, porady eventowe, lokalizacje, case study, kalendarz eventowy wydarzeń, słowniczek, recenzje oraz rekomendacje.

www.eventowablogerka.pl

horecanet.pl

Portal publikujący każdego dnia porcję najważniejszych newsów i tekstów eksperckich, istotnych wydarzeń oraz zmian na rynku hotelarskim, gastronomicznym oraz sweets & coffee.

www.horecanet.pl

MICE Poland
MEETINGS • INCENTIVES • CONFERENCES • EVENTS

Drukowany magazyn wydawany od 2002 r. z publikacjami dotyczącymi rynku eventów i incentive . Podejmowane tematy ujęte są z perspektywy zlecających wydarzenia, ich organizatorów oraz podwykonawców. Dotyczą zmian na rynku w poszczególnych sektorach, stowarzyszeniach, informacje o realizowanych eventach, przetargach, klientach, opinie i prezentacje sylwetek, rozmowy z ekspertami i praktykami ze świata, analizy poszczególnych segmentów rynku, materiały warsztatowe, studia przypadków, bazy kontaktów, prezentacje destynacji i obiektów oraz relacje z targów i wydarzeń środowiskowych.

www.micepoland.com.pl

konferencje.pl
od obiektów do atrakcji

Specjalistyczny katalog i wyszukiwarka obiektów konferencyjnych, atrakcji i usług branżowych. Promuje wiedzę i narzędzia dla organizatorów spotkań. Multimedialne prezentacje ponad 4000 obiektów zawierają dane kontaktowe, galerie zdjęć, plany powierzchni i inne możliwe do ściągnięcia pliki. Serwis oferuje również unikalną, oszczędzającą czas funkcjonalność, umożliwiającą użytkownikom wysłanie pojedynczego zapytania ofertowego bezpośrednio do kilku obiektów lub podwykonawców.

www.konferencje.pl

MARKETER+

Magazyn skierowany do menedżerów, specjalistów marketingu, jak również właścicieli i prezesów firm, w którym ekspercką wiedzą dzielą się praktycy, na co dzień zajmujący się różnymi obszarami działalności marketingowej, sprzedażowej i biznesowej. Naszym celem jest stałe podnoszenie poziomu kompetencji czytelników w obszarach szeroko pojętego marketingu, jak również prezentacja dostępnych na rynku narzędzi pracy, przedstawienie przykładów praktycznego ich zastosowania oraz przybliżenie najnowszych trendów.

www.marketerplus.pl

Event OOH
www.oohmagazine.pl/event

OOH event! – katalog branży event & MICE. OOH magazine – kwartalnik o skutecznej reklamie. Jako jedyni jesteśmy obecni na prestiżowych konferencjach marketingowych docierając do dyrektorów marketingu i event managerów. W katalogu OOH event! znaleźć można informacje o agencjach, obiektach, cateringu, wyposażeniu, atrakcjach i gadżetach, a także przeczytać ciekawe wywiady i artykuły branżowe. Jednym słowem, to swoiste kompendium wiedzy.

www.oohmagazine.pl

Meetings Week POLAND 2017

Rynek Turystyczny

Rynek Turystyczny ukazuje się od ponad 20 lat. Nakład to 5.000 egzemplarzy. Czytany jest przez 5 tys. osób, zaś kontakt z tytułem ma 20 tys. czytelników związanych z branżą turystyczną: właściciele, prezesi, dyrektorzy i pracownicy firm turystycznych, biur podróży, hoteli, przewoźnicy autokarowi, lotniczy, promowi, producenci autobusów, pracownicy organizacji, stowarzyszeń oraz jednostek samorządu terytorialnego przedstawiciele turystycznych samorządów branżowych, szkoły o profilu turystyczno-hotelarskim oraz inne firmy i instytucje związane z branża turystyczna.

**www.rynek-turystyczny.pl**

ŚWIAT HOTELI
WYPOSAŻENIE • MARKETING • GASTRONOMIA

Czasopismo hotelarzy o charakterze business to business. Podejmuje kluczowe zagadnienia związane z funkcjonowaniem branży. Zespół redakcyjny oraz współpracujący eksperci przybliżają skuteczne metody zarządzania obiektem noclegowym w zakresie: inwestycji, marketingu, personelu, zaopatrzenia a także informuje o najnowszych otwarciach, zmianach oraz tendencjach na rynku.

**www.horecanet.pl**

THE WARSAW VOICE
Polish and Central European Review

The Warsaw Voice: Multimedia Platform in Poland – polski miesięcznik wydawany w języku angielskim, opisujący wydarzenia w Polsce i Europie Środkowej. Skierowany jest głównie do obcokrajowców (biznesmenów, przedstawicieli instytucji międzynarodowych) zainteresowanych Polską i regionem. Prezentuje wiadomości polityczne, ekonomiczne i społeczno-kulturalne. Wydawany jest przez Warsaw Voice SA.

**www.warsawvoice.pl**

THINK MICE

Magazyn poświęcony polskiej i międzynarodowej branży spotkań (MICE), który swoim zakresem obejmuje wszystkie jej segmenty: eventy, wyjazdy incentive, kongresy i konferencje. Podejmowane przez nas tematy opisywane są w sposób pogłębiony i wieloaspektowy, dzięki czemu pokazujemy rolę i znaczenie branży m.in. w szeroko pojętej komunikacji marketingowej, employer brandingu czy marketingu miejsc. Na naszych łamach rozmawiamy z najwybitniejszymi reprezentantami przemysłu spotkań, przybliżamy ich sylwetki i dokonania, przedstawiamy najciekawsze case studies. Mocną stroną gazety jest sekcja blogerska prezentująca punkt widzenia zagranicznych praktyków branży.

**www.thinkmice.pl**

Turystyka
serwis branżowy „Rzeczpospolitej" rp.pl

Turystyka.rp.pl to największy (jeśli chodzi o zasięg), profesjonalnie przygotowywany przez zespół dziennikarzy serwis informacji dla branży turystycznej w Polsce. Korzystają z niego zarówno ludzie zawodowo zajmujący się turystyką (touroperatorzy, agenci turystyczni, pracownicy hoteli, lotnisk, linii lotniczych etc.), jak i uczniowie i studenci szkół i kierunków związanych z turystyką oraz wszyscy inni zainteresowani tą dziedziną gospodarki. Turystyka.rp.pl jest serwisem należącym do grupy internetowych serwisów „Rzeczpospolitej".

**www.rp.pl/turystyka**



*Uczestnicy Meetings Week Poland 2017*




*Finał MP Power Awards 2016 i Meetings Week Poland 2017*

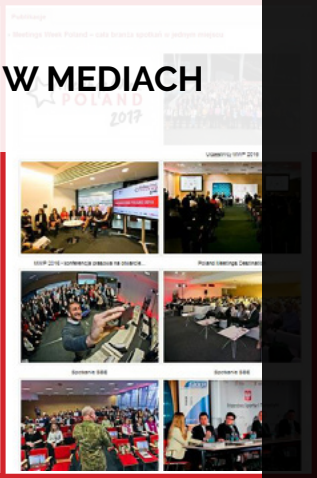
# Meetings Week Poland 2017 w mediach





















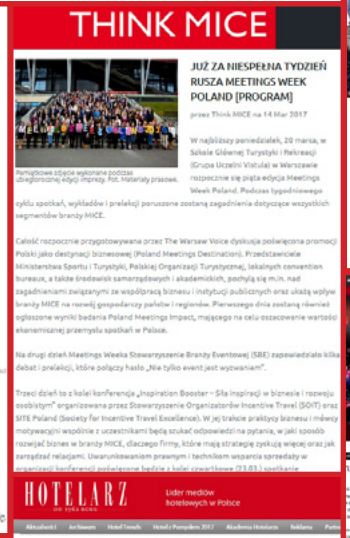


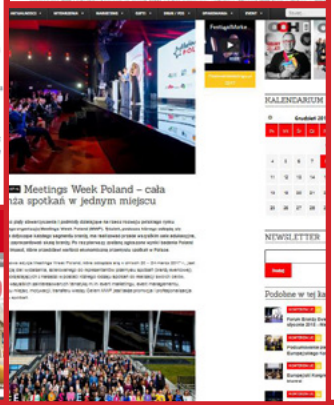

















# Znamy wartość polskiego przemysłu spotkań

26 mld zł wart jest przemysł spotkań w Polsce – wynika z badania Poland Meetings Impact 2015. Po raz pierwszy w Polsce i po raz ósmy na świecie udało się policzyć wpływ branży na gospodarkę. Organizacja spotkań i wydarzeń w 2015 r. stanowiła 1 proc. PKB, a branża dała pracę 171 tys. osób.

Celem badania realizowanego w ramach projektu „Wpływ ekonomiczny przemysłu spotkań na gospodarkę Polski – Poland Meetings Impact 2015" było określenie ekonomicznego znaczenia spotkań i wydarzeń w Polsce i ukazanie ich wkładu w gospodarkę. W związku z wyznaczonym celem postawiono następujące pytania badawcze: jaka jest struktura wydatków uczestników spotkań i wydarzeń, ile wynosi wkład przemysłu spotkań w Polsce w produkt krajowy brutto oraz ile miejsc pracy istnieje dzięki obsłudze spotkań i wydarzeń w Polsce. Zakres merytoryczny badań dotyczył więc aspektów ekonomicznych związanych z oddziaływaniem branży spotkań na gospodarkę kraju w odniesieniu do klasycznych elementów, tj. wartości dodanej, PKB i zatrudnienia. Analizie w trzech fazach projektu poddane zostały trzy grupy interesariuszy: uczestnicy, organizatorzy spotkań i wydarzeń (siedem kategorii) oraz gestorzy obiektów (12 kategorii).

W fazie pierwszej badano profil uczestników wydarzeń, w fazie drugiej przeprowadzono ankiety wśród organizatorów spotkań i wydarzeń, którzy odpowiadają za realizację, koordynację i pozyskanie poszczególnych spotkań (dzielące tę grupę na: organizatorów – klientów reprezentujących korporacje, stowarzyszenia i instytucje publiczne oraz organizatorów – pośredników czyli agencje eventowe, agencje incentive travel, PCP i DMC oraz organizatorzy targów). Faza 3 dotyczyła badania w obiektach z podziałem na ich rodzaj – analizowano centra wystawiennicze i kongresowe, hotele od trzech do pięciu gwiazdek, obiekty kultury, zamki, sale konferencyjne w biurowcach i szkołach wyższych, restauracje, w których jest możliwość organizacji spotkania, hale widowiskowo-sportowe oraz atrakcje turystyczne z obiektami, które można wykorzystać w celach konferencyjnych (ale niewybudowane specjalnie w tym celu).

Uzyskane dane oraz zbudowany na potrzeby badania model ekonometryczny oparty o dane Głównego Urzędu Statystycznego, mający na celu określenie wielkości wkładu przemysłu spotkań w gospodarkę narodową, pozwoliły na zrealizowanie założonego celu. Rezultatem badań jest oszacowanie wkładu przemysłu spotkań w PKB na poziomie 1 proc. W 2015 r. wkład spotkań i wydarzeń w gospodarkę Polski wyniósł 25 911 301 tys. zł, a wartość dodana brutto wyniosła 11 960 058 tys. zł. W spotkaniach i wydarzeniach, które trwały średnio dwa dni, wzięło udział 12 401 600 uczestników (z kraju i zagranicy). Wkład przemysłu spotkań w tworzenie miejsc pracy to 171 tys.

Raport „Wpływ ekonomiczny przemysłu spotkań na gospodarkę Polski – Poland Meetings Impact 2015" przygotowany przez zespół naukowo-branżowy pod auspicjami Meeting Professionals International Poland Chapter, Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej, przy współpracy z regionalnymi biurami marketingu miejsc z Polski oraz stowarzyszeniami branżowymi jest pierwszym tego typu dokumentem w Polsce, a ósmym na świecie. MeetingPlanner.pl był partnerem branżowym i medialnym projektu.

Wyniki badania zostały przedstawione podczas Meetings Week Poland 2017.

*Panel: Sektor spotkań może efektywniej stymulować rozwój gospodarki. Pod jakimi jednak warunkami?*



Zapraszamy na

# Meetings Week Poland 2018

19-23 marca

Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji w Warszawie

**www.meetingsweek.pl**

Meetings Week POLAND




Koordynator wydarzenia: **koordynator@meetingsweek.pl**
Kontakt do mediów: **media@meetingsweek.pl**

**www.meetingsweek.pl**