

Meetings Week POLAND 2016

PODSUMOWANIE
MEETINGS WEEK POLAND 2016



SPIS TREŚCI

02	Wstęp
04	Organizatorzy Meetings Week Poland 2016
05	Partnerzy, sponsorzy i patroni medialni Meetings Week Poland 2016
09	Poland Meetings Destination. Przemysł spotkań w Polsce czyli duży potencjał dla gospodarki
12	Pasja, emocje, siła: Jak przetrwać w świecie event managementu
14	Inspiration Booster – Siła inspiracji w biznesie i rozwoju osobistym
16	Forum Hoteli i Zleceniodawców. Dobre praktyki na rynku konferencji i eventów. Jak hotele powinny współpracować z organizatorami nadchodzących wydarzeń?
17	MPI Poland Spring Meeting: Kreatywne myślenie w planowaniu spotkań
19	Forum Obiektów
20	IMEX-MPI-MCI Future Leaders Forum
22	Gala finałowa konkursu MP Power Awards i Meetings Week Poland 2016
25	Meetings Week Poland 2016 w mediach

MEETINGS WEEK POLAND

ROZWIJA I INTEGRUJE BRAN

Po raz czwarty spotkali się w Warszawie, w ramach Meetings Week Poland przedstawiciele bran i spotka. Wydarzenie jest połączonym konferencji, warsztatów i debat związanych ze wszystkimi sektorami bran. Celem cyklu jest edukacja, integracja oraz dyskusja dotycząca kluczowych wyzwań.

Meetings Week Poland jest organizowany od 2013 roku przez kluczowe stowarzyszenia i instytucje bran. W tym roku były to: Stowarzyszenie Bran i Eventowej (SBE) – koordynator MWP 2016, MPI Poland Chapter, Stowarzyszenie „Konferencje i Kongresy w Polsce” (SKKP), Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel (SOIT), SITE Poland, Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji w Warszawie, Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej, MeetingPlanner.pl oraz The Warsaw Voice Conferences. Od 2014 roku organizację wydarzenia wspiera jako honorowy partner Ministerstwo Sportu i Turystyki.

Meetings Week Poland to największe krajowe, wielodniowe wydarzenie, dedykowane środowiskowi zawodowemu, związanym z przemysłem spotkań. Stanowi swojego rodzaju platformę wymiany doświadczeń, ale także okazję do dyskusji na temat potrzeb, przeszkód i priorytetów rozwoju tej branży. Celem MWP jest zaprezentowanie rosnącej skali przemysłu spotkań w Polsce, jego znaczenia dla gospodarki oraz sku-

pienie w jednym czasie osób z całego środowiska. W tym aspekcie konferencja jest także prezentacją narzędzi z zakresu bran i spotkań i wydarzeń oraz możliwości ich biznesowego i efektywnego wykorzystania. Propozycja zagadnień i tematów poruszonych podczas tegorocznej Meetings Week Poland była bardzo różnorodna. Wśród nich znalazły się m.in. promocja Polski jako destynacji atrakcyjnej pod kątem organizacji międzynarodowych wydarzeń, inspiracje motywujące do pracy event managera oraz niezbędny w rozwoju biznesu i osobistym, w szczególności w branży spotkań, praktyki współpracy między organizatorami wydarzeń a przedstawicielami obiektów czy kreacja jako element budowania przewagi konkurencyjnej na obecnym rynku.

Na Meetings Week Poland 2016 zostały siły prezentacje i wystąpienia polskich i międzynarodowych ekspertów, debaty branowe oraz warsztaty prowadzone przez praktyków w danej dziedzinie.

Podczas Meetings Week Poland miały miejsce dwie premiery: Raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2016” został



Fot. – Konferencja prasowa otwierająca Meetings Week Poland 2016. Wzięli w niej udział organizatorzy wszystkich wydarzeń odbywających się w ramach MWP.

zaprezentowany podczas otwierającej MWP konferencji prasowej, Kodeks etyki bran i eventowej, opracowany i wydany przez Stowarzyszenie Bran i Eventowej został zaprezentowany podczas debaty poświęconej etyce.

Wydarzeniu towarzyszyły akcje CSR-owe – Obiegnij Narodowy oraz zbiórka pieniędzy dla dzieci z rodzinnych domów dziecka pod hasłem „Księżka oddana - Radość przekazana”. Podsumowując czwartą edycję Meetings Week Poland 2016 prezes Stowarzyszenia Bran i Eventowej Marta Dunin-Michalowska stwierdziła: – Meetings Week Poland integruje branę, edukuje ją i jest dla niej bodźcem do dalszego rozwoju. Ogromnie nas ucieszyło, że mogliśmy obserwować zaangażowanie uczestników, entuzjazm i emocje, które świadczyły o trafnym doborze tematów w tegorocznej edycji. Meetings Week Poland 2016 odbył się w dniach 14 – 18 marca, w centrum konferencyjnym stadionu PGE Narodowy w Warszawie. Partnerem strategicznym wydarzenia było Lubelskie Centrum Konferencyjne. Meetings Week Poland 2016 wsparty także licznymi mediami oraz instytucjami branowymi. www.meetingsweek.pl



Fot. Uczestnicy piątego dnia Meetings Week Poland

Fot. Podczas konferencji prasowej MWP 2016 zaprezentowano także wyniki Raportu „Przemysł spotkań i wydarzenia w Polsce” oraz Program Ambasadorów Kongresów Polskich



MEETINGS WEEK POLAND 2016 w liczbach

10 wydarzeń
10 organizatorów
ok. 120 mówców i panelistów
2 premiery: RAPORT PRZEMYSŁU SPOTKAŃ I KODEKS ETYKI
30 branżowych nagród
2 akcje CSR-owe
25 patronów medialnych
1400 liczba uczestników

PROGRAM MEETINGS WEEK POLAND 2016 w skrócie

Konferencja Poland – Meetings Destination. Przemysł spotkań w Polsce czyli duży potencjał dla gospodarki (14 marca, organizator: The Warsaw Voice)

Warsztat Stowarzyszenia Branżowego Eventowej – Pasja, emocje, siła: Jak przetrwać w świecie event managementu i skąd czerpać moc do działania połączony z premier Kodeksu etyki i debatą na temat etyki w branży (15 marca, organizator: Stowarzyszenie Branżowe Eventowej)

Inspiration Booster – Siła inspiracji w biznesie i rozwoju osobistym – spotkanie poświęcone branży i incentive travel (16 marca, organizator: Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel, SITE Poland)

Forum Hoteli i Zleceniodawców Dobre praktyki na rynku konferencji i eventów. Jak hotele powinny współpracować z organizatorami nadchodzących wydarzeń? (17 marca, organizatorzy: Stowarzyszenie „Konferencje i Kongresy w Polsce” i Instytut Rynku Hotelarskiego)

Spotkanie Poland Convention Bureau z regionalnymi i lokalnymi convention bureaux (17 marca, organizator: Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej)

MPI Poland Spring Meeting – warsztaty poświęcone kreatywnemu myśleniu w planowaniu spotkań (18 marca, organizator: MPI Poland)

Forum Obiektów – wydarzenie edukacyjno-motywacyjne dla hotelarzy i reprezentantów centrów konferencyjnych (18 marca, organizator MPI Poland i Z—Factor)

IMEX-MPI-MCI Future Leaders Forum – spotkanie przeznaczone dla studentów (18 marca, organizator Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji w Warszawie)

Gala finałowa konkursu MP Power Awards i jednocześnie finał Meetings Week Poland 2016 (18 marca, organizator: MeetingPlanner.pl)

ORGANIZATORZY

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 należą w szczególności realizacja zadań związanych z kreowaniem rozwoju i promocją turystyki oraz tworzenie mechanizmów regulacji rynku turystycznego. Partner strategiczny Meetings Week Poland. www.msport.gov.pl



MPI Poland Chapter stowarzyszenie działające w branży spotkań w Polsce, bierze udziałem 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



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



Stowarzyszenie Branży Eventowej (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. Działa i 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



Stowarzyszenie Konferencji i Kongresów w Polsce Najstarsza w Polsce organizacja profesjonalistów branży spotkań. Prowadzi lobbującą 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



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



Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel 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. Szerzy wiedzę, podnosi kompetencje, wyznacza oraz promuje wysokie standardy realizowanych projektów incentive travel. www.soit.net.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



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



MeetingPlanner.pl – portal adresowany do przedstawicieli branży spotkań. Misją platformy jest dostarczanie rzetelnej informacji, wdrażanie i wspieranie procesów organizacji wydarzeń, a także inicjowanie działań mających na celu integrację środowiska. MeetingPlanner.pl jest organizatorem konkursu MP Power Awards i Kreatywny Roku Branży i 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



The Warsaw Voice Conference – 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.com

PARTNERZY I SPONSORZY PATRONI MEDIALNI

Partner Strategiczny

LUBELSKIE CENTRUM KONFERENCYJNE

Lubelskie Centrum Konferencyjne dysponuje 11 salami konferencyjnymi o powierzchni od 55 do 535 mkw. oraz 7 pokojami Business Centre, przeszklonym atrium oraz tarasem widokowym wychodzącym na Ogród Saski. Obiekt znajduje się w samym centrum Lublina. W zasięgu 10 minut pieszo znajduje się deptak oraz Stare Miasto z Zamkiem Lubelskim czy Teatrem Starym. Doskonała lokalizacja, zróżnicowana oferta gastronomiczna oraz blisko hoteli 3* i 4* sprawiają, że LCK to doskonały wybór na organizację wydarzeń. Lubelskie Centrum Konferencyjne to nie tylko budynek, to także ludzie, ich pasja i zaangażowanie w promocję miasta i regionu. www.lcklubelskie.pl

Partnerzy

PGE NARODOWY

Spółka PL.2012+ od 1 stycznia 2013 roku jest operatorem PGE Narodowego. Firma jest odpowiedzialna m.in. za zarządzanie stadionem i nieruchomości zgodnie z przygotowanym i corocznie aktualizowanym biznesplanem, w celu maksymalnego wykorzystania potencjału PGE Narodowego i zapewnienia przychodów w wysokości odpowiedniej na pokrycie kosztów jego funkcjonowania, w tym poddzierżawianie i najem jego poszczególnych części m.in. na cele konferencyjne, rozrywkowe, wynajem biur i inne, a także utrzymanie PGE Narodowego w najwyższej jakości. www.pgenarodowy.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 stronami internetowymi wydarzenia. Platforma Syskonf.pl umożliwia m.in.: rejestrację w wielu językach, przyjmowanie opłat w różnych walutach, różnicowanie cen i opcji dla poszczególnych kategorii uczestników, obsługę płatności i wystawianie faktur, wydruk spersonalizowanych identyfikatorów i certyfikatów czy obsługę recepcji na miejscu. www.syskonf.pl



CONVENTICA

Conventica to połączenie trzech systemów umożliwiających skuteczne zarządzanie wydarzeniami takimi jak konferencje, konwenty czy kongresy. Każdy z systemów zbudowany jest modułowo - razem tworzą kompleksowe narzędzie przeznaczone dla organizatorów oraz dla uczestników wydarzenia (online CMS + strona www + aplikacje mobilne). Wśród funkcji znajdują się: dostęp do informacji, powiadomienie o zmianach w programie, nowe kontakty, dostęp do materiałów eventowych. www.conventica.com



RIVAL GROUP

Agencja Rival Group istnieje od 1998 r. Działamy we wszystkich obszarach branży MICE, realizując projekty na terenie całej Polski i świata. Zajmujemy się kompleksową organizacją wyjazdów integracyjnych i motywacyjnych, imprez masowych, konferencji i gal. Uzupełnieniem głównego profilu działalności jest Rival Group's elementy trade marketingu, a także wsparcie sprzedaży poprzez akcje promocyjne, otwarcia obiektów i premiery produktów. Naszym klientom oferujemy profesjonalne rozwiązania wpływające na poprawę działania wewnętrznej struktury firmy oraz budowanie marki wśród partnerów biznesowych i bezpośrednich odbiorców. www.rival.pl



WARSAW TOURISM ORGANIZATION

Warszawska Organizacja Turystyczna jest stowarzyszeniem o charakterze publiczno-prywatnym, platformą współpracy i integracji środowiska turystycznego w Warszawie. Miejszem gdzie spotyka się interes publiczny z prywatnym. Członkiem inicjującym powstanie stowarzyszenia było Miasto Stołeczne Warszawa a jednym z najważniejszych celów jest rozwój rynku MICE. www.wot.waw.pl



WARSAW CONVENTION BUREAU

WCB jest pierwszym kontaktem dla wszystkich, którzy chcą dowiedzieć się, jak baza konferencyjna dysponuje Warszawa i planują zorganizować tu spotkanie biznesowe. Głównym zadaniem WCB jest promocja Warszawy w kraju i za granicą, jako miejsca dla szeroko pojętej turystyki biznesowej. Oprócz tego do zadań WCB należy organizacja podróży i studyjnych dla zagranicznych dziennikarzy i organizatorów międzynarodowych konferencji i kongresów, celem których jest zaprezentowanie im różnorodności warszawskich atrakcji oraz możliwość jakiejś oferty turystom biznesowym stolicy Polski. www.warsawconvention.pl

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

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. Organizujemy stoiska narodowe, na największych krajowych i zagranicznych targach turystycznych. Polska Organizacja Turystyczna ma swoje przedstawicielstwa w 14 krajach świata. Zapraszamy do Polski zagranicznych dziennikarzy i touroperatorów. Współpracujemy z regionalnymi i lokalnymi organizacjami turystycznymi. www.pot.gov.pl



PARTNERZY I SPONSORZY PATRONI MEDIALNI



WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE

Położenie przy wschodniej granicy Unii Europejskiej z Ukrainą i Białorusią, to jeden z atutów regionu lubelskiego, jako miejsca przyjaznego inwestorom. Przez region prowadzą najważniejsze transkontynentalne szlaki drogowe i kolejowe. Lublin, z czterema uniwersytetami, politechnikami i kilkoma prywatnymi szkołami wyższymi, jest jednym z najwęższych ośrodków akademickich kraju. To także obszar atrakcyjny dla turystów lubiących aktywne formy wypoczynku, do których zachęcają tysiące kilometrów znakowanych szlaków pieszych, rowerowych, konnych oraz liczne zabytki przyrodnicze w parkach narodowych i krajobrazowych. www.lubelskie.pl



POLAND CONVENTION BUREAU

Informacje o Poland Convention Bureau zob. str. 3

Sponsor

ICE KRAKÓW

Centrum Kongresowe ICE Kraków to biznesowa i kulturalna wizytówka miasta. Zlokalizowane 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, a także spotkania o charakterze społecznym. W ICE Kraków znajdują się cztery sale. Sala Audytoryjna gotowa przyjęć 1915 gości, Sala Teatralna – z 600 miejscami, Sala Kameralna dla 300 osób oraz Zespół Sal Konferencyjnych o powierzchni 500 mkw. www.icekrakow.pl



Patroni medialni

BRIEF

Magazyn Brief jest miesięcznikiem o ogólnopolskim zasięgu czytany przez 30 tys. osób, głównie przedsiębiorców i marketerów. Skierowany do ludzi przedsiębiorczych. Pokazuje biznes i gospodarkę z punktu widzenia tych, którzy mają największy wkład w jej rozwój, czyli sektora małych i średnich przedsiębiorstw, czy start-upów, nie zapominając przy tym oczywiście o największych koncernach i przedsiębiorstwach. BRIEF to pierwszy magazyn branżowy w wersji tabletowej, stała porcja wiedzy i inspiracji z wydania drukowanego, wzbogacona o elementy multimedialne oraz dodatków zawartości redakcyjnej. www.brief.pl



EPR.PL

Wortal public relations i komunikacji marketingowej. Skierowany jest do specjalistów PR i marketingu odpowiedzialnych za kontakty z mediami i zajmujących się budowaniem wizerunku firmy wobec jej klientów, inwestorów i pracowników. Serwis posiada unikatową bazę artykułów zawierających porady nt. różnych aspektów PR. W odróżnieniu od innych podobnych stron Epr.pl dąży do wykorzystania do budowy wizerunku medium Internetu. www.epr.pl

EVENTMAPA.PL

Portal branżowy eventowej dla organizatorów eventów, przedstawicieli miejsc eventowych i podwykonawców dostarczających usługi eventowe. Serwis jest źródłem wiedzy, wymiany doświadczeń, a także wsparciem sprzedaży dla osób i firm działających na rzecz Zleceniodawców wydarzeń. Naszą misją jest stworzenie platformy wymiany wiedzy i doświadczeń w ramach Branży Eventowej promującej EVENT jako skuteczne narzędzie komunikacji, motywacji i sprzedaży w ramach biznesu. Wydawca e-Katalogu „Eventowa Mapa Polski” z bazą usługodawców eventowych i organizatorów. www.eventmapa.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, wydarzenia, słowniczek, recenzje oraz rekomendacje. www.eventowablogerka.pl



EEVENTPLATFORMA.PL

Internetowa platforma reklamowo-informacyjna w całości dedykowana branży eventowej. Głównym zadaniem serwisu jest dostarczanie informacji oraz promowanie krajowych usług eventowych. Właścicielem portalu firma EventPolska.biz jest również Wydawcą rocznika – event katalog | usługi & obiekty eventowe. Rocznik nieprzerwanie ukazuje się od 2010 roku, stając się na chwilę najbardziej rozpoznawalną publikacją tego typu w Polsce. www.eventplatforma.pl



PARTNERZY I SPONSORZY PATRONI MEDIALNI



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

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 prenumerat i w salonach prasowych, na targach, konferencjach i szkoleniach Akademii Hotelarza, w hotelach oraz restauracjach. www.e-hotelarz.pl

KONFERENCJE.PL

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 możliwości w postaci plików. Serwis oferuje również unikalne, oszczędzające czas funkcjonalności, umożliwiając 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 wiedzę 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



MEETINGPLANNER.PL

Informacje o portalu MeetingPlanner.pl zob. str. 3



MICE POLAND

Drukowany magazyn wydawany od 2002 r. z publikacjami dotyczącymi rynku eventów i incentive. Podejmowane tematy ujawniają perspektywę zlecających wydarzenia, ich organizatorów oraz podwykonawców. Dotyczą zmian na rynku w poszczególnych sektorach, stowarzyszeniach, informacjach o realizowanych eventach, przetargach, klientach, opinie i prezentacje sylwetek, rozmowy z ekspertami i praktykami z branży, analizy poszczególnych segmentów rynku, materiały warsztatowe, studia przypadków, bazy kontaktów, prezentacje destynacji i obiektów oraz relacje z targów i wydarzeń branżowych. (patronat branżowy) www.micepoland.com.pl

MIEJSCAKONFERENCYJNE.PL

MiejscaKonferencyjne.pl – portal informacyjny, na którym odnajdziesz i porównasz obiekty szkoleniowo-konferencyjne z całej Polski. W naszej bazie znajdują się hotele, pensjonaty, pałace, zamki oraz inne obiekty oferujące kompleksowo wyposażone sale konferencyjne. Atutem naszego serwisu jest nie tylko bogaty wykaz obiektów szkoleniowo-konferencyjnych, ale także ich szczegółowy opis. MiejscaKonferencyjne.pl to skuteczne dotarcie do firm poszukujących miejsca na organizację konferencji i eventów. www.miejscakonferencyjne.pl

MOJEKONFERENCJE.PL

MojeKonferencje.pl to portal konferencyjny nr 1 w Polsce. Dzięki swojej intuicyjnej wyszukiwarce pozwala w łatwy i szybki sposób znaleźć interesujące obiekty konferencyjne w wybranej lokalizacji. Serwis jest idealnym miejscem dla właścicieli hoteli, którzy pragną dotrzeć do szerokiej grupy odbiorców i wypromować swój obiekt. Portal rocznie odwiedza blisko 200 tys. użytkowników, a liczba odsłon przekracza 60 tys. miesięcznie. Daj się odkryć! www.mojekonferencje.pl





PARTNERZY I SPONSORZY PATRONI MEDIALNI



www.oohmagazine.pl/event

OOH EVENT! I OOH MAGAZINE

OOH event! – katalog bran y event & MICE. OOH magazine – kwartalnik o skutecznej reklamie. Jako jedyni jeste my obecni na presti owych konferencjach marketingowych docieraj c do dyrektorów marketingu i event managerów. Kolejne wydanie jest przygotowane na FestiwalMarketingu.pl (7-8 wrze nia 2016 r.) oraz na konferencj Event Mix (7 wrze nia 2016 r.).
www.oohmagazine.pl



RYNEK TURYSTYCZNY

Rynek Turystyczny ukazuje si od ponad 20 lat. Nakład to 5.000 egzemplarzy. Czytany jest przez 5 tys. osób, za kontakt z tytułem ma 20 tys. czytelników zwi zanych z bran turystyczn : wła ciele, prezesi, dyrektorzy i pracownicy firm turystycznych, biur podró y, hoteli, przewo nicy autokarowi ,lotniczy, promowi, producenci autobusów, pracownicy organizacji, stowarzysze oraz jednostek samorz du terytorialnego przedstawiciele turystycznych samorz dów bran owych, szkoły o profilu turystyczno -hotelarskim oraz inne firmy i instytucje zwi zane z bran a turystyczna.
www.rynek-turystyczny.pl

SALEBIZNESOWE.PL

SaleBiznesowe.pl to najlepszy serwis internetowy prezentuj cy obiekty szkoleniowo-konferencyjne w Polsce. Pomagamy hotelarzom dotrze z ofert konferencyjn do organizatorów konferencji i szkole . Od 7 lat promujemy ponad 2900 obiektów konferencyjnych. Posiadamy ugruntowan pozycj na rynku, któr stale rozwijamy od 2008 roku. Obiekty szkoleniowo-konferencyjne maj pewno dobrze zainwestowanych rodków w dotarcie do Klientów. U nas indywidualne podej cie do Partnerów jest standardem. www.salebiznesowe.pl

STREFAMICE.PL

Blog po wi cony bran y eventowej i szeroko rozumianemu przemysłowi spotka . Prowadzony przez Ann Nowakowsk , hotelarza i bran owego działacza (m.in. członek zarz du ds. edukacji Stowarzyszenia Bran y eventowej). Tematyka bloga skupia si wokół Meetings Incentive, Conference, Events (MICE), edukacji bran owej oraz obiektów i miejsc spotka w tym hoteli, centrów konferencyjnych oraz destynacji. www.strefamice.pl



WIAT HOTELI

Czasopismo hotelarzy o charakterze business to business. Podejmuje kluczowe zagadnienia zwi zane z funkcjonowaniem bran y. Zespół redakcyjny oraz współpracuj cy eksperci przybli aj skuteczne metody zarz dzania obiektem noclegowym w zakresie: inwestycji, marketingu, personelu, zaopatrzenia a tak e informuje o najnowszych otwarciach, zmianach oraz tendencjach na rynku. www.horecanet.pl



TURYSTYKA.RP.PL

Turystyka.rp.pl to najwi kszy (je li chodzi o zasi g), profesjonalnie przygotowywany przez zespół dziennikarzy serwis informacji dla bran y turystycznej w Polsce. Korzystaj z niego zarówno ludzie zawodowo zajmuj cy si turystyk (touroperatorzy, agenci turystyczni, pracownicy hoteli, lotnisk, linii lotniczych etc.), jak i uczniowie i studenci szkół i kierunków zwi zanych z turystyk oraz wszyscy inni zainteresowani t dziedzin gospodarki. Turystyka.rp.pl jest serwisem nale cym do grupy internetowych serwisów „Rzeczpospolitej”. www.rp.pl/turystyka



TTG POLSKA

Redakcja TTG Polska powstała w 1992 r. jako pierwsza w Polsce gazeta biznesu turystycznego. Misj TTG (Travel Trends Group) jest przekazywanie mediom i bran y turystycznej aktualnych trendów w dziedzinie gospodarki turystycznej. Realizujemy promocj pa stw, regionów, samorz du terytorialnego i gospodarczego oraz organizatorów turystyki przyjazdowej i wyjazdowej. Na najwa niejsze imprezy targowe w kraju i zagranic przygotowujemy wydania specjalne. Specjalizujemy si w organizacji konferencji biznesowych, study tour, study press, workshopów, kampanii promocyjnych, komunikacji on-line, e-PR. www.ttg.com.pl



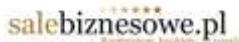
THE WARSAW VOICE

Informacje o The Warsaw Voice zob. str. 3



WASZATURYSTYKA.PL

Portal bran owy dla i o bran y turystycznej. Skierowany do pracowników biur podró y, hoteli, linii lotniczych, organizacji i stowarzysze turystycznych. Na portalu publikowane s naj wie sze wiadomo ci z ycia bran y turystycznej, biur podró y, hoteli, linii lotniczych, kolei, promów, targów turystycznych itp. Ekipa redakcyjna portalu oparta jest o osoby od lat współpracuj ce z Waszymi Podró ami, uzupełniona o fachowców z ró nych dziedzin. www.waszaturystyka.pl



POLAND – MEETINGS DESTINATION

Przemysł spotkań w Polsce czyli duży potencjał dla gospodarki
organizator: The Warsaw Voice

Przemysł spotkań to potężny, zdefiniowany sektor gospodarki krajów rozwiniętych. Kongresy, konferencje, wystawy, targi i inne spotkania biznesowe odpowiadają w nich za 3 do nawet 6 procent produktu narodowego brutto (PNB). Tymczasem w Polsce kategoria ta wciąż nie występuje w oficjalnych statystykach. Nie oznacza to jednak, iż branża spotkań słabo się rozwija. Przeciwnie: jest to sektor zapewniający dziś dziesiątki tysięcy miejsc pracy i generujący wielomiliardowe obroty. Sektor przyszedł ci, oferując ci usługi i sprzedaż wartościowych intelektualnych. Promocji takiego stanowiska możesz być pewien. Właśnie dlatego w tym roku było spotkanie z cyklu Poland – Meetings Destination.

W połowie marca 2016 roku, już po raz czwarty od 2013 roku, spotkali się w Warszawie polscy liderzy tej branży. Meetings Week Poland 2016 zgromadził specjalistów, zajmujących się profesjonalną organizacją konferencji, kongresów, konwencji, targów, wystaw i innych spotkań o charakterze biznesowym czy zawodowym. Zjechali się tu ze wszystkich stron kraju.

Tygodniowy cykl wydarzeń, kierowanych do zawodowców polskiego przemysłu spotkań, tradycyjnie od trzech lat, otworzyła konferencja z cyklu Poland Meetings Destination. Jej gospodarzem i organizatorem jest The Warsaw Voice. Otwierając jej obrady, Witold Bałka, minister sportu i turystyki, podkreślił, iż przemysł spotkań, zaliczany do najważniejszych przemysłów świata, ma także w Polsce realne perspektywy rozwoju. Zadeklarował, iż kierowany przez niego resort „bardzo wspiera wszelkie inicjatywy, których celem jest dalszy rozwój tej branży i zwiększenie jej udziału w tworzeniu produktu krajowego brutto Polski”.

W konferencji wzięło udział około 200 osób, w tym blisko 30 mówców i dyskutantów z kraju i zagranicy. Wśród występujących znaleźli się zarówno przedstawiciele instytucji rządowych, w tym minister sportu i turystyki Witold Bałka czy dyrektor departamentu turystyki MSiT, Joanna Jędrzejewska-Debortoli, jak i samorządowych (mimośród marszałek województwa lubelskiego Sławomir Sosnowski i wiceprezydent miasta stołecznego Warszawy, Michał Olszewski). Obecni byli reprezentanci regionalnych i miejskich struktur, odpowiedzialnych za pozyskiwanie wydarzeń typu konferencji, kongresów i targów, w tym szefowie convention bureaus z takich ośrodków, jak Kraków, Lublin, Poznań, Warszawa czy Wrocław. Sala wypełniła publiczność, na którą składali się głównie zawodowcy branży spotkań, a także liczni reprezentanci mediów branżowych i ogólnoinformacyjnych.

W ostatnich latach powstały w Polsce nowoczesne centra kongresowo-konferencyjne, a głównie ośrodków kongresowych kraju takie jak Warszawa, Kraków, Poznań, Katowice, choć dziś doskonałe połączenia drogowe, lotnicze i oczywiście szybkie koleje. Do listy atrakcyjnych destynacji kongresowych dołączyły też nowe, jak np. wietnijsze centrum konferencyjne w Kielcach (Targi Kielce), zabytkowy Lublin w południowo-wschodniej Polsce z nowym centrum kongresowo-konferencyjnym LCK czy usytuowana wśród malowniczych jezior niewielka Ostróda. Zarówno władze samorządowe wiele ośrodków, jak i przedsiębiorcy widzą, iż przemysł spotkań to dobry interes, w który warto inwestować. Zarówno te tradycyjne, jak i nowe ośrodków konferencyjno-kongresowe były licznie reprezentowane w czasie tego wydarzenia dla branży spotkań.

– Doroczna, wiosenna konferencja Poland Meetings Destination czyli pierwszy dzień obrad branży w ramach Meetings Week Poland, służył dyskusjom na temat kwestii kluczowych, a także strategii dla rozwoju przemysłu spotkań w Polsce – mówił Juliusz Kłosowski, dyrektor programowy cyklu PMD, a zarazem CEO Platformy Multimedialnej The Warsaw Voice.

Podczas czterech paneli dyskusyjnych, a także w ramach kilku występów i prezentacji, delegacje ich gości starali się odpowiedzieć między innymi na pytania: Jaka jest dzisiejsza pozycja sektora spotkań i związanej z nim biznesowej turystyki przyjazdowej w Polsce? Czy przemysł spotkań ma właściwe miejsce w strategiach rozwoju kraju? Jak polska gospodarka mogłaby skorzystać z szybszego rozwoju przemysłu spotkań w Polsce? Jaki wpływ rozwój tego sektora ma na międzynarodowy wizerunek Polski? Czy inwestycje w przemysł spotkań mają dodatkowe skutki promocyjne i jak wpływają na inne sektory gospodarki? Jakimi narzędziami należy wspierać rozwój tej branży?

O tym, iż Polska ma ogromnie wiele do zaoferowania jako miejsce



Fot. Mark Krawczyński z Rotary International prezentuje projekt 30-tysięcznej konwencji RI w Polsce.



Fot. Gothenburg konferencji, Lennart Johansson, dyrektor Gothenburg Convention Bureau, podczas swojej prezentacji.

POLAND – MEETINGS DESTINATION

mi dzynarodowych konferencji, kongresów i innych spotka wi kszej lub mniejszej skali, mówił mi dzy innymi zagraniczny go spotkanie, dyrektor Gothenburg Convention Bureau, Lennart Johansson. Podczas dwucz ciowej prezentacji podzielił si do wiadzczeniami i cenn wiedz , wynikaj c z codziennej pracy kierowanej przez niego struktury, odpowiedzialnej za wielki sukces tego stosunkowo mało znanego szwedzkiego miasta, które odnosi ogromne sukcesy jako destynacja kongresowa.

Trudno przeceni dzi znaczenie profesjonalnie zorganizowanych konferencji, kongresów i tym podobnych spotka bran owych czy biznesowych, niezale nie od ich wielko ci. Przemysł spotka w sposób zarówno bezpo redni, jak i po redni sprzyja zatrudnieniu, pobudza handel, nap dza eksport, promuje kreatywno w przedsi biorstwach, a tak e przyczynia si do popularyzacji wiedzy i rozwoju kultury. Mo na bez przesady powiedzie , i bran a ta zapewnia silne, pozytywne impulsy innym sektorom gospodarki, dla których pracuje.

Spotkania to kluczowy element naszej kultury i cywilizacji, a zatem bran a spotka ma w skali globalnej i lokalnej bardzo wa n rol do odegrania. W Stanach Zjednoczonych w roku 2012 sektor spotka odpowiadał za prawie 2 miliony miejsc pracy. Udział przemysłu spotka w ameryka skim produkcie narodowym brutto wyniósł wtedy ł cznie ok. 115 miliardów dolarów, a do bud etu z tytułu podatków wpłyn ło ok. 28 miliardów dolarów.

W Wielkiej Brytanii całkowity udział przemysłu spotka w PNB wyniósł w 2011 roku ok. 58 miliardów funtów, co przeło yło si na ok. 3 procent całego PNB. Bran a spotka w Wielkiej Brytanii daje 500 tys. miejsc pracy, czyli dwa razy wi cej ni bran a telekomunikacyjna.

Je li optymistyczne ubiegłoroczne szacunki Ministerstwa Sportu i Turystyki s w przybli eniu trafne i udział przemysłu spotka w polskim PNB wynosi dzi w pobli u 2 procent, to polska gospodarka nadal dysponuje tu ogromnym potencjałem. Powi kszenie tego udziału cho by o 1 procent, a wi c do poziomu redniego w pozostałych rozwini tych krajach Unii Europejskiej, pozwoliłoby na dalsze zdynamizowanie PNB. Jak to jednak zrobi ?

Uczestnicy paneli dyskusyjnych konferencji Poland Meetings Destination, w tym reprezentanci lokalnych convention bureaus z Warszawy, Poznania i Wrocławia, uwa aj , i potrzebne s dodatkowe rodki na rozwój lokalnych produktów turystycznych. Chodzi przede wszystkim o stworzenie mo liwo ci prowadzenia szerokich działá promuj cych miasta czy regionu w skali mi dzynarodowej. Tak rol mogłaby odegra lokalna opłata turystyczna, wzorowana na rozwi zaniach powszechnie stosowanych w Europie i Stanach zjednoczonych. Przedstawiciele kilku o rodków lokalnych postanowili podczas konferencji podj ci si współprac na rzecz wprowadzenia tak e w Polsce przepisów, które pozwol lokalnym władzom na pobieranie np. jednego euro za dob na przykład od go ci hotelowych i przeznaczanie tych rodków bezpo rednio na rozwój usług turystycznych, zwi zanych z przemysłem spotka .

Podczas marcowych obrad Poland Meetings Destination wiatło dzienne ujrzał tak e nowy, obiecuj cy projekt. Jak poinformował jeden z mówców wydarzenia,



Fot. Podczas jednego z paneli dyskusyjnych.



Fot. Do uczestników przemawia Sławomir Sosnowski, marszałek województwa lubelskiego.

Mark Krawczynski, Warszawa znalazła si na li cie 18 miast z ró nych cz ci wiata, które kandyduj do roli gospodarza corocznej konwencji Rotary International w latach 2023, 2024 lub 2025. Dlaczego to wa na nowina? Otó szacunkowa liczba delegatów w Warszawie to 30 tys. osób. Ich czas pobytu: pi do 10 dni (sama konwencja trwa pi dni). Szacunkowe bezpo rednie wydatki uczestników i organizatorów: 400 000 000 złotych.

– Trzeba jednak do tego potencjalnego efektu ekonomicznego doło y gigantyczny efekt promocyjny – mówił Mark Krawczy ski, architekt, pianista, biznesmen, członek i czynny działacz struktur Rotary International. – Członkowie RI to ludzie niezwykle opinio- twórczy, o wysokim statusie społecznym.

POLAND – MEETINGS DESTINATION

Opinia o Polsce, jak zawioz do swych krajów i rodowisk, b dzie miała ogromny wpływ na mi dzynarodowy wizerunek Warszawy i Polski – mówi promotor projektu.

wiatowe struktury charytatywnej organizacji, jak jest Rotary International, obejmuj blisko 1,25 mln członków w ponad 200 krajach wiata. W ród członków RI s zarówno najbogatsi ludzie wiata, jak na przykład Bill Gates, jak i czynni oraz byli przywódcy najpot niejszych pa stw wiata, a w ród nimi Georg W. Bush, Angela Merkel czy Nicolas Sarkozy. Honorowym członkiem Rotary w Argentynie jest obecny papie , Franciszek.

– Najwa niejsze jest, by nie tylko przedstawiciele samej bran y, ale i przedstawiciele administracji rz dowej, samorz dowej, politycy, coraz lepiej rozumieci znaczenie przemysłu spotka dla gospodarki danego regionu czy miasta. Skorzystaj na tym oni sami, a w rezultacie – cała Polska – powiedział podczas konferencji minister Witold Ba ka. Ta opinia, wypowiedziana na pocz tku obrad, stanowi zarazem najlepsz point spotkania. Okre la zarazem najkrócej główny cel cyklu Poland Meetings Destinations.



*Przemysł spotka ,
zaliczany do
najwa niejszych
przemysłów wiata,
ma tak e w Polsce realne
perspektywy rozwoju.
Witold Ba ka, minister
sportu i turystyki.*

Fot. Głos zabiera Krzysztof Celuch, kierownik Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej.



Fot. W dyskusji zabiera głos Joanna J drzejewska -Debortoli, dyrektor Departamentu Turystyki MSiT.



Fot. Witold Ba ka, minister sportu i turystyki, przemawia podczas otwarcia konferencji.

PASJA, EMOCJE, SIŁA

Warsztaty i premiera Kodeksu Dobrych Praktyk hitem dnia SBE

organizator: STOWARZYSZENIE BRAN Y EVENTOWEJ

Organizatorem drugiego dnia tegorocznej edycji Meetings Week Poland było Stowarzyszenie Bran y Eventowej. Tematem dnia były „Pasja, emocje, siła, czyli jak przetrwać w świecie event managementu i skąd czerpać moc do działania”. W programie znalazły się wykłady i prelekcje, warsztaty, debata, a także premiera Kodeksu Dobrych Praktyk Bran y Eventowej, przygotowanego przez SBE. Zaproszenie SBE do udziału w wydarzeniu przyjęło ponad 100 osób, a wśród nich przedstawiciele firm związanych z rynkiem eventowym, korporacji oraz instytucji publicznych i stowarzyszeń.

Prelegentami dnia Stowarzyszenia Bran y Eventowej byli wybitni mówcy motywacyjni. W tym roku organizatorzy zaprosili do współpracy trzech mówców, dla których pasja, emocje i siła to codzienność. Łukasz Jakóbiak – znany twórca internetowy pomógł uczestnikom wydobyć z siebie moc i przekuć ją w sukces. Jasiak Mela, podróżnik i działacz społeczny opowiedział, jak pokonał niemożliwe, a Tomasz Michniewicz, ceniony reporter wskazał kierunki działań przy organizacji niezapomnianych eventów.

– Wierzymy, że o powodzeniu eventu decyduje pasja i energia – zarówno te ukryte w koncepcji wydarzenia, jak i drzemące w ludziach, którzy stoją za jego organizacją. Jesteśmy równie przekonani, że to właśnie nie te cechy doskonale charakteryzują osoby predystynowane do pracy na polu event managementu. W pościgu z siłą do przełamywania barier i pokonywania przeszkód stanowi idealną mieszankę cech, dzięki którym powstają doskonałe eventowe pomysły i wdrażane są w życie najlepsze realizacje – tak Stowarzyszenie Bran y Eventowej promowało swój dzień podczas Meetings Week Poland 2016.

Celem organizatorów było zachęcenie do dyskusji na temat wyzwania oraz problemów, jakie stoją przed środowiskiem eventowym, lecz również poszerzenia umiejętności, w dziedzinie gospodarowania energią, wyzwalania pasji do działania oraz budowania swojej wewnętrznej siły i tego, co dla niej nie dotyczyła czy warsztatowa spotkania.

Jednym z kluczowych momentów dnia SBE była premiera Kodeksu Dobrych Praktyk Bran y Eventowej. Uchwalony przez Radę Etyki przy SBE Kodeks Dobrych Praktyk to zbiór zasad

określających standardy realizacji usług MICE zgodnych ze statutem Stowarzyszenia oraz ogólnie przyjętymi zasadami etyki branowej. Kodeks porządkuje je, obejmując tematy związane z właściwym traktowaniem pracowników, prowadzeniem współpracy z Klientami oraz standardami i jakością ich obsługi, a także z zachowaniem poufności danych i współistnienia rynkowego z konkurencją. Określa również zakres działań nieetycznych oraz porządkuje zasady związane z prowadzeniem procesów przetargowych i płatnościami. Powołana do życia w czerwcu 2015 roku Rada Etyki przy SBE stoi na straży i przestrzegania zawartych w Kodeksie zasad oraz jest organem wyznaczonym do rozstrzygania sporów o charakterze etycznym zgłoszonych do SBE przez dowolną ze stron konfliktu.

Członkowie Rady Etyki przy SBE podczas premiery Kodeksu podpisali pod nim własne zobowiązanie do przestrzegania spisanych w dokumencie reguł.

– Kodeks Dobrych Praktyk Bran y Eventowej powstał w oparciu o statut SBE i jest bliski nam wszystkim, którzy pracujemy nad budowaniem wysokich standardów branowych. Zależy nam na propagowaniu właściwych postaw i tworzeniu warunków do oferowania najwyższej jakości obsługi klientom branowym, ale również do budowania relacji branowych na najwyższym poziomie etycznym. Mamy nadzieję, że Kodeks stanie się wyznacznikiem dobrych praktyk, przewodnikiem w trudnych sytuacjach i furtek do rozstrzygania spornych sytuacji, które obecnie zbyt często pozostają bez wyjścia – takimi słowami zapowiadała prezes zarządu Stowarzyszenia Bran y Eventowej.

Podstawowe zasady etyczne pozostają niezmiennie i chcemy, aby platforma, którą stworzyliśmy w ramach Kodeksu Etyki była nie tylko uniwersalną wartością, którą promowała. Agnieszka Majkowska, Przewodnicząca Rady Etyki przy SBE



Fot. Graphic Recording z gry zorganizowanej przez Pracownię Gier.

PASJA, EMOCJE, SIŁA

Po premierze przewodnicząca Rady Etyki przy SBE, Agnieszka Majkowska z firmy Prudential Polska, tak podsumowała znaczenie Kodeksu dla branży: Warto przyzwoito ci w człowieku jest niezmienna i my jeste my sami mark dla siebie. (...) Etyka to tak naprawdę filozofia moralno ci, moralno pozostaje niezmienna. Oczywiście, etyka zawodowa może zawierać niektóre parametry, albo doprecyzować je w kontekście określonej branży, czy określonych zawodów, ale jednak pewne podstawowe zasady pozostają niezmiennie i chcemy, aby ta platforma, którą stworzyliśmy w ramach Kodeksu Etyki właśnie nie takie uniwersalne wartości promowała.

Premierze Kodeksu towarzyszyła branżowa debata zatytułowana „Etyka w branży eventowej”. W debacie udział wzięli członkowie Rady Etyki przy SBE: Agnieszka Majkowska z Prudential Polska, przewodnicząca Rady, Olga Krzemińska-Zasadzka z Agencji Power, Marta Dunin-Michałowska z agencji Mea Group, prezes zarządu SBE, Michał Czerniak z Brill AV Media, a także goście: dr Krzysztof Celuch, kierownik Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej, Marta Waldziaż-Skowrońska, radca prawny z firmy LexCare – partnera SBE oraz gość specjalny – aktor, właściciel Teatru Kamienica, Emilian Kamiński. Debatę poprowadziła redaktorka naczelna Meetingplanner.pl, Magdalena Kondas.

Dla uczestników zorganizowano również zabawy: Jak przetrwać w branży eventowej? – Interaktywna gra – Pracownia Gier Szkoleniowych. Oferuj klientom to, czego naprawdę potrzebują! Była to krótka i intensywna zabawa, podczas której każdy uczestnik mógł potrenować nieszablonowe myślenie i umiejętność poszukiwania innowacyjnych rozwiązań w kontaktach z klientem. W trakcie gry uczestnicy zostali postawieni przed wyzwaniem dostarczenia innowacyjnego rozwiązania dla klienta. To od ich działań, decyzji i rozpoznania potrzeb zależało ustalenie strategii. Razem ze swoim zespołem przygotowywali propozycję, której nikt nie ma. To od nich zależało, czy osiągną sukces i klient zdecyduje się właśnie na ich propozycję.

Dzień zorganizowany przez SBE cieszył się dużą popularnością wśród uczestników Meetings Week Poland 2016, o czym świadczy fakt, że było to jedno z największych pod względem liczby spotkań w ramach całego, trwającego tygodnia, cyklu. Satisfakcjonująca frekwencja, odpowiednio dobrani prelegenci, prezentacja istotnych tematów oraz ciesząca się zainteresowaniem uczestników warsztatowa pozwalają ocenić przedsięwzięcie jako bardzo udane.

Fot. Łukasz Jakóbiak z uczestnikami spotkania pt. „Znajdź siłę”.



Fot. Premiera Kodeksu Dobrych Praktyk Branży i Eventowej.



Fot. – Debata – Etyka w branży i eventowej.



Fot. Jasiek Mela, Prelekcja: „Pasja i emocje w życiu i w biznesie”.

INSPIRATION BOOSTER

Siła inspiracji
w biznesie
i rozwoju osobistym

organizatorzy:
STOWARZYSZENIE
ORGANIZATORÓW
INCENTIVE TRAVEL,
SITE POLAND

Gospodarzami konferencji Inspiration Booster były dwie organizacje zrzeszające profesjonalistów z branż incentive travel – SOIT oraz SITE Poland.

Branża incentive travel stoi przed wyzwaniami związanymi z dynamicznie zachodzącymi zmianami rynkowymi i technologicznymi. Zmieniają się warunki konkurencji, potrzeby oraz oczekiwania klientów, metody komunikacji i budowania relacji. Wymagają one od twórców programów motywacyjnych innowacyjnego podejścia oraz poznania nowych możliwości. Celem naszego spotkania było dostarczenie inspiracji i wiedzy na temat aktualnych trendów w zakresie komunikacji i sprzedaży B2B oraz motywacji. Podczas konferencji szukaliśmy odpowiedzi na pytania: Jak rozwijać biznes w konkurencyjnych warunkach? Jakie nowe kompetencje są niezbędne w sprzedaży B2B? Jak wykorzystywać social media w procesie sprzedaży usług? Co zrobić, aby zbudować i zmotywować zespół, aby odnosił sukcesy?

Na scenie Meetings Week Poland wystąpili cenieni trenerzy i praktycy biznesu, którzy stworzyli unikalną i inspirującą mieszankę wiedzy i doświadczeń: Agnieszka Węglarz – strateg, doradca, biznesowy trener, dyrektor programu ICAN Total Marketing B2B, Szymon Lipko, strateg director



Fot. Szymon Lipko z agencji Shake Hands, zdradza trendy w social media B2B



Fot. Agnieszka Węglarz podczas prezentacji Siła nowych kompetencji w sprzedaży B2B



Fot. Katarzyna Czajka, sales executive, Emirates

i współpracownicy ciciel Shake Hands, ekspert w obszarze social media, Rocco A. Spencer, doradca i trener, emerytowany major Armii Stanów Zjednoczonych, oraz Jacek Masłowski, coach, psychoterapeuta, trener ICAN Institute.

INSPIRACJE W BIZNESIE

Jako pierwsza wystąpiła Agnieszka Węglarz. Opowiedziała o tym, jakie nowe kompetencje są potrzebne handlowcom w sektorze B2B, aby skutecznie sprzedawać, a także jak firma powinna przygotować się do nowego modelu sprzedaży. Uczestnicy dowiedzieli się również, na czym polega oferta wartości, co zrobić, aby nie ulegać walce cenowej i jak chronić markę.

Kolejną prezentacją po wcześniejszych inspiracjach i rozważaniach, które swoim klientom proponują linie lotnicze Emirates. **Katarzyna Czajka przekonała słuchaczy, że dzięki niestandardowym pomysłom event zaczyna się już na pokładzie samolotu.**

Kolejny mówca – **Szymon Lipko, ekspert i pasjonat nowych mediów**, obalił mity związane z postrzeganiem mediów społecznościowych. Pokazał, w jaki sposób wykorzystywać sieci społecznościowe i narzędzia marketingu cyfrowego do komunikacji, generowania leadów, budowania relacji i sprzedaży B2B. Przekazał także cenne wskazówki, przede wszystkim dla osób zarządzających firmami, w jaki sposób przygotować swoją organizację do wdrożenia strategii social mediowej.

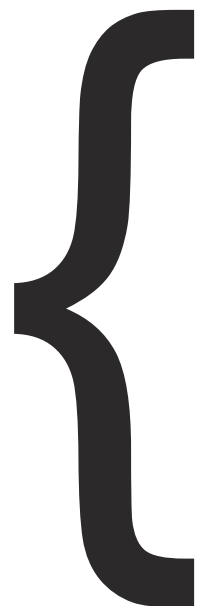
INSPIRACJE W ROZWOJU OSOBISTYM

W drugim dniu uczestnicy spotkali się z **energicznym i charyzmatycznym mówcą Rocco A. Spencerem, doradcą i trenerem, emerytowanym majorem Armii Stanów Zjednoczonych.** Major bezpośrednim, wojskowym językiem, z wykorzystaniem licznych przykładów z własnego życia, przekonywał uczestników, iż źródłem sukcesu każdej organizacji jest dobre, odpowiedzialne przywództwo. Lider nastawiony na sukces, ma swoją wizję, umie ją komunikować, wiadomo własnej wartości i przekonany o wartości swojej organizacji, którą reprezentuje, jest w stanie pozytywnie zmotywować zespół.

Jako ostatni wystąpił **Jacek Masłowski – coach, terapeuta Gestalt, który współpracuje z Harvard Business Review Polska i jest trenerem programów ICAN Institute.** Wprowadził uczestników w świat zarządzania emocjami. W ciekawy sposób wyjaśnił, czym są wewnętrzne procesy psychiczne, takie jak emocje, uczucia, nastroje, oraz w jaki sposób wiadomości na nie wpływają, aby osiągnąć wysoki poziom motywacji – własnej i innych.

Nawiązując do zasady, iż niezapisane myśli są ulotne, na zakończenie konferencji uczestnicy mieli okazję wypełnić formularz „Mój inspirownik”, w którym mogli zapisać swoje inspiracje, pomysły, wnioski oraz przemyslenia, z którymi kojarzą konferencję.

INSPIRATION BOOSTER



Firmy B2B w Polsce czekają dalsze powa ne zmiany. Było to kolejne wydarzenie na przestrzeni ostatnich miesięcy, którego uczestnicy w rozmowach ze mn potwierdzają, że warunki konkurencji w tej branży są coraz bardziej wymagające, Agnieszka W glarz, dyrektor programu ICAN Total Marketing B2B.



Fot. Organizatorzy oraz prelegenci Inspiration Booster



Fot. Major Rocco A. Spencer opowiada o motywacyjnej roli lidera

WNIOSKI NA ZAKO ŹCZENIE KONFERENCJI

Z dyskusji z uczestnikami wyniosłam par kluczowych przemyśle – podsumowuje Agnieszka W glarz, prelegentka.

Po pierwsze – Firmy B2B w Polsce czekają dalsze powa ne zmiany. Było to kolejne wydarzenie na przestrzeni ostatnich miesięcy, którego uczestnicy w rozmowach ze mn potwierdzają, że warunki konkurencji w tej branży są coraz bardziej wymagające.

Po drugie – Aby poradzić sobie z nadmiarem wyzwań i skoncentrować na tym, co najważniejsze, firma powinna posiadać jasną strategię, bo to ona pozwala włączyć cię do ustawia priorytety i optymalizować zasoby.

Po trzecie – Marketing cyfrowy jest znakomitym narzędziem wsparcia nowoczesnej sprzedaży, ale wymaga nieustannej pracy. Nie można go alokować jako dodatkowej funkcji w tradycyjnych strukturach marketingu.

Po czwarte – Aby przejść wymagane zmiany w sprzedaży i marketingu, firmy potrzebują liderów nowej generacji. A w zasadzie może nie nowej generacji, tylko po prostu liderów, którzy włączyć cię rozumieją znaczenie tego słowa. Bo lider według definicji Rocco Spencera to ktoś, kto bierze na siebie największą odpowiedzialność za powodzenie projektu. Lider jasno pokazuje cel i sam realizuje go najlepiej jak potrafi. Lider przewodzi innym poprzez motywowanie samego siebie do działania.

Konferencja była również doskonałą okazją do networkingu i nawiązania ciekawych relacji biznesowych. Wydarzenie zgromadziło ponad 150 osób reprezentujących branżę MICE i klientów korporacyjnych. Uczestnicy wysoko ocenili zarówno poziom merytoryczny, jak i organizację wydarzenia.

FORUM HOTELI I ZLECENIODAWCÓW IMPREZ

organizatorzy: Stowarzyszenie „Konferencje i Kongresy w Polsce” w partnerstwie z Instytutem Rynku Hotelarskiego oraz Fundacją Polish Prestige Hotels & Resorts

Głównym celem tej konferencji było wskazanie sposobów zwiększenia przychodów hoteli i centrów konferencyjnych oraz dobrych praktyk jak hotele powinny współpracować z organizatorami nadchodzących wydarzeń, w tym z agencjami eventowymi i profesjonalnymi organizatorami kongresów.



Fot. Panel dyskusyjny podczas Forum Hoteli i Zleceniodawców

NA PROGRAM KONFERENCJI ZŁOŻYLI SIĘ :

- // Wprowadzenie do problematyki konferencji z omówieniem niestandardowych możliwości międzynarodowej promocji polskich obiektów kongresowych i konferencyjnych przedstawione przez Sławomira Wróblewskiego, sekretarza generalnego SKKP
- // Wystąpienie Piotra Wińskiego z Polskiej Izby Firm Szkoleniowych nt. potrzeb firm szkoleniowych w zakresie obsługi klienta
- // Prezentacja Krzysztofa Kałuskiego ze Związku Pracodawców Innowacyjnych Firm Farmaceutycznych Infarma nt. Kodeksu Przejrzystości stosowanego przez firmy farmaceutyczne przy zamawianiu usług hotelowych

// O funduszach europejskich dostępnych dla branży hotelowej mówił mecenas Jan Kordasiewicz z Kancelarii Doradztwa Gospodarczego, której te przedstawiciel przez cały czas trwania konferencji doradzał indywidualnie uczestnikom

// Tematy Revenue Management w konferencjach oraz strategii sprzedaży i rekomendacje dla hoteli konferencyjnych były kontynuacją prezentacji z poprzedniej edycji Meetings Week Poland i przygotowane były przez przedstawicieli Instytutu Rynku Hotelarskiego: Ewa Rożnowska, Monika Nagler i Zbigniewa Bugaja

// Odbyły się dynamiczne panele, w których wzięli udział eksperci branży i spotkał się: Anna Nowakowska, Krystyna Gołbek, Rafał Rosiejak, Piotr Wilczek, Krzysztof Cielkowski, Anna Somorowska, Dariusz Donica.



Fot. Krzysztof Kałuski, Infarma Związek Pracodawców Innowacyjnych Firm Farmaceutycznych

Konferencję podsumowały prezes SKKP Anna Jędrocha i prezes Instytutu Rynku Hotelarskiego Monika Dolecka. Na wydarzenie zarejestrowało się 169 osób, obecnych 111. Dodatkowo Stowarzyszenie „Konferencje i Kongresy w Polsce” zrealizowało swoje roczne Walne Zebranie Sprawozdawcze.



Fot. Forum Hoteli i Zleceniodawców.

KREATYWNE

MYŚLENIE W PLANOWANIU SPOTKANIA

organizator: MPI Poland Chapter

W ramach Meetings Week Poland 2016 odbyła się kolejna konferencja zorganizowana w tym roku przez MPI Poland Chapter. Jej tematem było „Kreatywne myślenie w planowaniu spotkania”. Wybór tematyki stanowił odpowiedź na zapotrzebowanie członków stowarzyszenia, którzy zgłosili zainteresowanie nim podczas przeprowadzanych badań.

Do wystąpienia podczas konferencji zostali zaproszeni starannie wyselekcjonowani mówcy. Po powitaniu przez Agnieszkę Faracik-Leśniak, prezes MPI Poland Chapter, i Fiona Pelham, prezes MPI Global, jako pierwsza głos zabarała Monika Dymacz-Kaczmarczyk, dyrektor zarządcza firmy Exprofesso. Tematem jej wystąpienia było szukanie odpowiedzi na pytanie: „Dlaczego warto myśleć schematami, czyli inne oblicze kreatywności?”. Podczas prezentacji prelegentka poruszyła takie zagadnienia jak schematy w sferze kreatywności, 5 technik – narzędzi kreatywnego myślenia, które zawsze warto mieć przy sobie, czy innowacje znane i mniej znane, z branży i spoza. Swoje wystąpienie poparała wieloma ciekawymi przykładami, z którymi miała do czynienia w czasie całej swojej zawodowej kariery.

W drugiej kolejności wystąpił Steen Moller, szef działu wydarzeń biznesowych w organizacji Visit Denmark. Mówca wprowadził uczestników w tematykę Meetovation, oryginalnego duńskiego konceptu planowania spotkania. Podaje bardzo innowacyjne przykłady, wytłumaczył, jak z dostawcy przemieni się w partnera i jak zarobi więcej, przy jednoczesnym wzroście zadowolenia naszego klienta. Wiele interesujących wskazówek mogły uzyskać tak osoby zajmujące się sprzedażą, gdy ich wystąpienie po wieczór była techniką pozyskiwania nowych nabywców dla usług w branży spotkania, oczywiście zgodnie z konceptem Meetovation.



Steen Moller, szef działu wydarzeń biznesowych w Visit Denmark, przedstawia koncepcję Meetovation, tłumaczył, jak z dostawcy przemieni się w partnera i jak zarobi więcej, przy jednoczesnym wzroście zadowolenia klienta.



*Fot. Monika-Dymacz
Kaczmarczyk,
dyrektor zarządcza
Exprofesso*



*Fot. Fiona Pelham,
prezes zarządu
MPI Global*

KREATYWNE

MYŚLENIE W PLANOWANIU SPOTKANIA



Jako trzeci speaker wystąpił charyzmatyczny Jonathan Bradshaw, założyciel i prezes The Meetology® Lab, firmy zajmującej się wykorzystaniem psychologii i jej wpływem na komunikację interpersonalną w branży spotkań. Prezentacja Jonathana Bradshawa wywołała duże zainteresowanie, ponieważ podpowiadała jak zaplanować kreatywne spotkanie, wykorzystując zdobycze badań psychologicznych. Uczestnicy dowiedzieli się jak, dzięki czasami wydawałoby się nieznaczącym detalom, można zmienić nastawienie i odbiór osób biorących udział w konferencji czy innym spotkaniu biznesowym.

Spotkanie MPI Poland Chapter miało formułę składającą się z dwóch części. Po pierwszej, w której zaproszeni mówcy zaprezentowali przygotowane wcześniej wystąpienia, nastąpiła warsztatowa, poprowadzona przez



Fot. Nowy zarząd MPI Poland Chapter
wybrany na kadencję 2017-2019



Fot. Jonathan Bradshaw, założyciel
i prezes The Meetology® Lab

Monikę i Steenę. Uczestnicy spotkania, podzieleni na dwie grupy mogli po wiczy wykorzystywać w praktyce nabytych umiejętności.

Po pierwszej części warsztatów nastąpiła zamiana grup, co dało możliwość demokracji z uczestników poznania stylu pracy obu prowadzących. Taka formuła konferencji, łącząca części wykładów z części praktyczną, spotkała się z bardzo dużym przychylnością uczestników.



Fot. Agnieszka Faraci-Leśniak,
prezes MPI Poland Chapter

FORUM OBIEKTÓW

Organizator:
MPI POLAND CHAPTER,
Z—FACTOR



Fot. Forum Obiektów - wydarzenie edukacyjno-motywacyjne dla hotelarzy i reprezentantów centrów konferencyjnych

Ostatni dzień Meetings Week Poland 2016 naładowany został atrakcjami dla wielu grup odbiorców. Wydarzeniem dedykowanym hotelarzom oraz przedstawicielom centrów konferencyjnych było Forum Obiektów organizowane przez firm doradcę Z—Factor oraz MPI Poland Chapter, we współpracy z Sound Garden Hotel Airport Warszawa.

13 sesji, 33 mówców i panelistów, 271 osób zarejestrowanych. Te cyfry mówią same za siebie.

Sukces Forum zawdzięcza nowoczesnej formule opartej na silnej interakcji z uczestnikami oraz przeladowanej merytoryką ka dej minucie wydarzenia. Nowoczesna formuła oparta na one-man shows (krótkie wystąpienia autorskie praktyków bran y) i time-out sessions (kilku mówców, z których ka dy ma pi minut na przedstawienie swojej perspektywy). Prezentacja case studies obiektów nominowanych do MP Power Awards jeszcze przed ogłoszeniem wyników podczas wieczornej gali. Wszystko to z dumą z bycia częścią bran y obiektów!

Forum Obiektów jest przestrzenią, w której uczestnicy mogą współtworzyć program wydarzenia. Tematyka konferencji i wszystkie jej sesje zostały stworzone przez praktyków bran y i z ich inicjatywy. Dzięki temu, Forum Obiektów to wydarzenie, na którym dyskutuje się rzeczywiste problemy bran y, takie, które praktycy uważają za godne dyskusji.



Fot. Miłosz Stanisławski, dyrektor generalny Sound Garden Hotel Airport współorganizator Forum Obiektów



Fot. Nominowani do MP Power Awards w kategoriach obiektowych



W tegorocznym Forum najwięcej emocji wzbudziły sesje dotyczące: agresywnych kampanii marketingowych i sprzedaży owoch oraz konfrontacja hoteli, przedstawicieli OTA (Online Travel Agencies) oraz wholesalerów. Pierwsza z dyskusji elektryzowała całą branżę ze względu na konflikt pomiędzy Best Western Premier Hotel Katowice a siecią Focus Hotels. Przedstawiciele obu podmiotów wyrazili zgodę na podjęcie dyskusji w celu wypracowania standardów dotyczących reklamy porównawczej, dotychczas nieobecnej w hotelarstwie. Forum Obiektów było też pierwszym wydarzeniem, na którym udało się zaprosić do wspólnej dyskusji przedstawicieli różnych modeli pośrednictwa oraz samych reprezentantów hoteli. W Hotel Wars Trilogy przedstawiciele HRS, Hotelbeds, Groupon i Accor odpowiedzieli na wiele pytań dotyczących dystrybucji oferty hotelowej, na które dotychczas wszyscy unikali odpowiedzi.

Wszystkie powyższe elementy spowodowały, że aż 93 proc. uczestników pozytywnie oceniło pierwszą edycję Forum Obiektów.

IMEX-MPI-MCI

FUTURE LEADERS FORUM WARSAW

studencki dzie

na **MEETINGS WEEK POLAND**

organizator: SZKOŁA GŁÓWNA TURYSTYKI I REKREACJI W WARSZAWIE

Warsztaty, sesje tematyczne i rozmowy z ekspertami z szeroko pojętej branży spotkań – w ramach Meetings Week Poland odbyła się konferencja naukowa IMEX-MPI-MCI Future Leaders Forum Warsaw 2016. Podczas forum przeprowadzony został konkurs IMEX University.

Konferencja IMEX-MPI-MCI Future Leaders Forum Warsaw 2016 to najlepsze miejsce, by „od kuchni” poznać branżę spotkań. Program wydarzenia został opracowany w taki sposób, by wesprze studentów w rozwijaniu karier w dziedzinie turystyki biznesowej. W programie forum były całodzienne warsztaty oraz spotkania networkingowe. Z okazji specjalnej sesji round-table discussion studenci mieli okazję poznać wybranych ekspertów z całego świata.

– IMEX-MPI-MCI Future Leaders Forum Warsaw to jedyna taka w Polsce platforma wymiany wiedzy na temat branży spotkań. Studenci mają doskonałą okazję, by nawet za pierwsze branżowe relacje, a także posłuchać i porozmawiać z ekspertami z całego świata. Konferencja FLF Warsaw jest organizowana już po raz 11 i co roku gromadzi coraz więcej uczestników. Jako organizatorów cieszy nas zwłaszcza fakt, że więcej niż 9 na 10 studentów biorących udział w FLF Warsaw zamierza zwinąć swoją karierę z turystyki biznesowej. W tegorocznej edycji wzięło udział ponad 70 studentów z 10 ośrodków akademickich z całej Polski – komentuje dr Krzysztof Celuch, prorektor ds. dydaktycznych i współpracy międzynarodowej Szkoły Głównej Turystyki i Rekreacji, członek rady dyrektorów MPI w Dallas i założyciel MPI Poland, opiekun Koła Naukowego „2B” w SGTiR.



Fot. Round-table discussion stały punkt programu FLF



Fot. W FLF 2016 uczestniczyli studenci z 10 ośrodków akademickich z całej Polski



IMEX-MPI-MCI

IMEX University Challenge

W ramach programu Future Leaders Forum Warsaw 2016 organizowany jest regionalny półfinał wiatowego konkursu IMEX University Challenge, adresowany do studentów ostatnich lat kierunków związanych z branżą turystyczną. Zwycięzcy regionalnego półfinału biorą udział w międzynarodowym finale, który odbywa się podczas największych targów przemysłu spotkań IMEX we Frankfurcie. Nagrodą główną jest udział w wiatowej konferencji MPI World Education Congress w Stanach Zjednoczonych. SGTiR jest wyłącznym organizatorem eliminacji krajowych do IMEX International University Challenge w Polsce. Tegorocznej edycji wygrała studentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.

Studenci SGTiR – studia przez praktyk

Za sukcesem konferencji IMEX-MPI-MCI Future Leaders Forum Warsaw 2016 – już po raz kolejny – stoją studenci Szkoły Głównej Turystyki i Rekreacji, pod kierownictwem dr Krzysztofa Celucha. Uczelnia – uznawana za najlepszą niepubliczną szkołę wyższą o profilu mieszanym w Polsce – od lat kładzie szczególny nacisk na praktyczne podejście do nauczania oraz ściśle współpracuje z partnerami strategicznymi (MPI Poland, Polskie Towarzystwo Turystyki, Polskie Towarzystwo Turystyczne oraz PKOl).



Fot. Tradycje Meetings Week Poland jest akcją „Obiegnij Narodowy”

– W trakcie nauki studenci SGTiR mają możliwość udziału w organizacji istotnych branżowych wydarzeń, jak choćby Meetings Week Poland, PEMES czy EMEC, a także w licznych konkursach organizowanych przez wiodące organizacje i stowarzyszenia w branży spotkań. SGTiR gruntownie przygotowuje absolwentów do kierowania, tworzenia i zarządzania przedsiębiorstwami turystycznymi, sportowymi lub rekreacyjnymi. Co roku mury uczelni opuszcza grono wykwalifikowanych absolwentów – przyszłych liderów branży turystycznej – dodaje dr hab. Jolanta Jędrzejko, prof. SGTiR, rektor Szkoły Głównej Turystyki i Rekreacji.



MP POWER
NIGHT
finał konkursu
MP POWER
AWARDS
ORAZ
MEETINGS WEEK
POLAND 2016
Organizator:
MeetingPlanner.pl



Fot. Powitanie organizatorów – Sylwia Banaszewska i Magdalena Kondas (MeetingPlanner.pl)

Podczas MP Power Night – finału MP Power Awards 2015 i konkursu towarzyszącego Kreatywny Roku Bran y Eventowej zostały ogłoszeni laureaci, nagrodzone projekty i obiekty eventowe. Gala po raz kolejny była także finałowym eventem Meetings Week Poland.

W czwartej edycji MP Power Awards jury konkursu nagrodziło najlepsze eventy, wskazało miejsca ze szczególnym potencjałem eventowym oraz wyróżniło osobistości bran y. W konkursie Kreatywny Roku Bran y Eventowej poszukiwano najlepszych kreatywnych wyspecjalizowanych w sektorze eventowym oraz ludzi, którzy mają potencjał, by rozwijać swoją karierę w tym kierunku.

Jury, złożone z przedstawicieli korporacji, agencji i podwykonawców, pod przewodnictwem Rafała Mielczarka (Carlsberg Polska), obradowało w dwóch zespołach.

Przedstawiciele wszystkich sektorów bran y poszukiwali najbardziej wyrazistych na rynku osobistości, ekspertów w swojej dziedzinie, oceniając ich zaangażowanie w rozwój rodzimego rynku spotkań, nastawienie na współpracę, etykę bran y oraz dokonania w 2015 roku. Zespół złożony z przedstawicieli korporacji i instytucji ocenił zgłoszone do konkursu projekty, biorąc pod uwagę ich kreację, sposób realizacji, logistykę, relacje między założeniami klienta a osiągniętymi efektami, szukając tych z największą siłą przebicia na rynku.

Nowym elementem w przeprowadzeniu MP Power Awards 2015 w tym roku było w szczególności audyt nominowanych obiektów przeprowadzony przez firmę Z-Factor, partnera konkursu MP Power Venue.

Statuetki – Powery zostały wręczone podczas uroczystej gali MP Power Night, która odbyła się 18 marca, w Teatrze Palladium w Warszawie. Zwycięzcom

ogłaszali członkowie Jury MP Power Awards i Kreatywny Roku Bran y Eventowej. Wydarzenie było także finałem i uroczystym podsumowaniem Meetings Week Poland 2016.

MP Power Night poprowadził aktor, prezenter, trener biznesu – Jacek Rozenek, który należał także do grona jurorów MP Power Awards. Zwycięzcom oklaskiwali przedstawiciele agencji eventowych, incentive travel, PCO, DMC, stowarzyszenia i korporacji oraz instytucji publicznych. Aspekty prawne konkursu przedstawił mec. Grzegorz Choromański.

Meetings Week Poland podsumowała Marta Dunin-Michałowska, prezes Stowarzyszenia Bran y Eventowej, tegoroczny koordynator wydarzenia, a Krzysztof Celuch, kierownik Poland Convention Bureau przedstawił premierowy projekt – Poland Meetings Impact.

Podczas rozdania MP Power Awards ze swoim muzycznym repertuarem wystąpił aktor Marek Kaliszuk. Na scenie MP Power Awards po raz pierwszy pojawiła się orkiestra – „The Engineers

Band” pod batutą Dariusza Łapińskiego. Podczas finałowej gali nietypowe formy miały zapowiedzi kategorii w poszczególnych częściach konkursu oraz ich interpretacja stworzona przez teatr Ab Ovo, specjalizujący się w Improv – sztuce improwizacji teatralnej, której założeniem jest, i „publiczność jest”.

Publiczność zdecydowała m.in. o charakterze zakończenia gali, wybierając za pomocą systemu przygotowanego przez mprofi.pl styl muzyczny, w którym została zaprezentowana i zagrana przez zespół piosenka, która była częścią wydarzenia.

Podczas drugiej części MP Power Night zakończony bisami i owacjami zagrali „The Engineers Band” oraz Mateusz Krautwurst z zespołem w projekcie Tribute to Sinatra.

Organizatorem konkursu MP Power Awards i Kreatywny Roku Bran y Eventowej oraz gali finałowej jest MeetingPlanner.pl. Za kreację, produkcję i reżyserię MP Power Night odpowiadał partner strategiczny MP Power Awards – agencja Rebelia Media. Partnerzy strategiczni wydarzenia byli także: Teatr Palladium w Warszawie, Lubelskie Centrum Konferencyjne, Belvedere Catering by Design, VES.



Fot. Prowadzący galę MP Power Night – Jacek Rozenek

MP POWER AWARDS LAUREACI



MP POWER PROJEKT

Kategoria: Event/ Produkt launch
Premiera Nowego Porsche 911
 agencja: Walk Events / Focus Event, klient: Porsche Polska

Kategoria: Event/ Promocja marki
H&M Loves Music Warsaw
 agencja: endorfina events, klient: H&M

Kategoria: Event/ Event firmowy
Jubileusz 25-lecia spółki Inter Cars
 agencja: Inter Cars Marketing Services, klient: Inter Cars SA

Kategoria: Event/ Kampania zintegrowana z wykorzystaniem event marketingu
Słowo zabiera głos
 agencja: Jet Events, klient: Społeczny Komitet Organizacyjny 100-lecia urodzin ks. Twardowskiego, Narodowe Centrum Kultury

Kategoria: Event/ Pozostałe formy
Wawel – Alchemia wiatła
 klient: Tauron Dystrybucja SA

Kategoria: Incentive/ Incentive travel
Przystanek Syngenta – Alaska 2015
 agencja: InDreams, klient: Syngenta Polska

Kategoria: Incentive/ Program wsparcia sprzedaży z wykorzystaniem incentive travel
Power Team Coca-Cola
 agencja: InDreams, klient: Coca Cola Hellenic

Kategoria: Kongres
III Kongres Polskiej Edukacji
 agencja: IT.event/ICP Group, klient: Instytut Bada Edukacyjnych

Kategorie towarzyszące: Aktywny outdoor
Strefa Play na 21. Przystanku Woodstock
 agencja: Plej, klient: Play

Kategorie towarzyszące: Catering
Obsługa cateringowa – Dni Konia Arabskiego
 caterer: Belvedere Catering by Design, klient: Polturf



Fot. Gala MP Power Night – finał MP Power Awards 2015 i Meetings Week Poland 2016



Fot. Marek Kaliszuk wraz z „The Engineers Band”



Fot. „The Engineers Band” pod dyktando Dariusza Łapińskiego



Fot. Premiera projektu Poland Meetings Impact – Krzysztof Celuch, kierownik Poland Convention Bureau



Fot. Zwycięzcy, nominowani, jury MP Power Awards

Kategorie towarzyszące: Oprawa wizualna
Wawel – Alchemia wiatła
 agencja: Visualsupport Studio, klient: Tauron Dystrybucja SA

Kategorie towarzyszące: CSR w branży eventowej
Pasa Tesco. Poznaj bliższego s siada
 agencja: Garden of Words, klient: Tesco Polska

MP POWER 12

Meeting planner korporacyjny – marketer lub
 właściciel biznesowy
Radosław Grzekowiak
 członek zarządu, dyrektor marketingu i promocji, Inter Cars Marketing
 Services sp. z o.o.

Meeting planner korporacyjny – dział zakupów
Tomasz Przybylski
 dyrektor biura zarządzania zakupami i dostawami, PLL LOT

Meeting planner – stowarzyszenie
Radosław Knap
 dyrektor operacyjny, Polska Rada Centrów Handlowych

Meeting planner – agencja eventowa
Michał Atlas
 managing director, Brave

Meeting planner – agencja incentive
Mikołaj Jeżak
 partner zarządzający InDreams

Meeting planner – DMC/PCO
Aleksandra Pietras
 partner, DMC Poland

Meeting planner – team building/outdoor
Paweł Korab-Kowalski
 prezes zarządu / art director, Art Event

Convention Bureau
Jan Mazurczak
 prezes zarządu, Poznań Convention Bureau

Dostawca – venue
Artur Trukawski
 cluster general manager, Hotel Tobacco & Zamek Biskupi w Janowie
 Podlaskim

Dostawca – multimedia
Łukasz Melicki
 multimedia designer, VES

Open
prof. Jadwiga Berbeka
 Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
MP POWER VENUE

Kategoria: Event Venue
EC1, Łódź

Kategoria: Kongres Venue
**Międzynarodowe Centrum Kongresowe
 w Katowicach**

Kategoria: Outdoor Venue
Centrum Sportowo-Konferencyjne Gniewino

Kategoria: Multi Venue
**Międzynarodowe Centrum Targowo-Kongresowe
 Expo Kraków**

KREATYWNY ROKU BRANŻY EVENTOWEJ, KONKURS TOWARZYSZĄCY MP POWER AWARDS

Kreatywny Roku Branży Eventowej
Dawid Bednarski, creative manager, Walk Events

Młody Kreatywny Branży Eventowej
Barbara Flur, Akademia Wychowania Fizycznego
 w Warszawie



Fot. Podsumowanie Meetings Week Poland 2016 – Marta Dunin Michałowska, prezes Stowarzyszenia Branży Eventowej, koordynatora MWP 2016

Fot. Mateusz Krautwurst z zespołem w projekcie Tribute to Sinatra.



MWPP W MEDIACH



Meetings Week Poland rozwija branżę

W Polsce wciąż brakuje wiedzy na temat standardów dla gości i konferencji

Przedstawiciele sektora – branżowcy

Meetings Industry in Poland: A Sector with a Future

VOICE - BUSINESS & ECONOMY / POLAND - MEETINGS DESTINATION

The meetings industry in Poland possesses a wide range of opportunities for growth and development. The sector is currently experiencing a period of rapid expansion, driven by a growing number of international conferences and business meetings held in the country. This growth is supported by a strong infrastructure and a highly skilled workforce. The industry is also benefiting from a number of government initiatives aimed at promoting tourism and investment. As a result, the sector is expected to continue to grow significantly in the coming years.

VOICE - BUSINESS & ECONOMY / POLAND - MEETINGS DESTINATION

According to the latest research, the meetings industry in Poland is expected to grow significantly in the coming years. The sector is currently experiencing a period of rapid expansion, driven by a growing number of international conferences and business meetings held in the country. This growth is supported by a strong infrastructure and a highly skilled workforce. The industry is also benefiting from a number of government initiatives aimed at promoting tourism and investment. As a result, the sector is expected to continue to grow significantly in the coming years.

ttg

Podsumowanie Meetings Week 2016

Statystyki i dane dotyczące wydarzenia

horecanet.pl

Przebieżnik

Przebieżnik spotkał sukcesem przyszłość

event

Meetings Week Poland 2016

Statystyki i dane dotyczące wydarzenia

OCH

Podsumowanie Meetings Week 2016

Statystyki i dane dotyczące wydarzenia

RZECZPOSPOLITA

Chłeba nie odmawia Meetings Week Poland

Chłeba nie odmawia Meetings Week Poland

Turystyka

Chłeba nie odmawia Meetings Week Poland

Chłeba nie odmawia Meetings Week Poland

MeetingWeek.pl

Statystyki i dane dotyczące wydarzenia

VOICE - BUSINESS & ECONOMY / POLAND - MEETINGS DESTINATION

Warsaw Keen to Host Rotary International Convention

Warsaw Keen to Host Rotary International Convention

Meetings Week Poland

Statystyki i dane dotyczące wydarzenia

MeetingWeek.pl

Statystyki i dane dotyczące wydarzenia

MeetingWeek.pl

Statystyki i dane dotyczące wydarzenia

MeetingWeek.pl

Statystyki i dane dotyczące wydarzenia

Meetings Week Poland 2016

Statystyki i dane dotyczące wydarzenia

Meetings Week Poland

Statystyki i dane dotyczące wydarzenia

MeetingWeek.pl

Statystyki i dane dotyczące wydarzenia

MeetingWeek.pl

Statystyki i dane dotyczące wydarzenia

MeetingWeek.pl

Statystyki i dane dotyczące wydarzenia

Meetings Week Poland 2016

Statystyki i dane dotyczące wydarzenia

Meetings Week Poland 2016

Statystyki i dane dotyczące wydarzenia



Meetings Week POLAND 2017

DO ZOBACZENIA ZA ROK!

Meetings Week Poland 2017
20 – 24 marca
PGE Narodowy w Warszawie
www.meetingsweek.pl



Meetings Week
POLAND
2016