

# Nowy Raport Przemysł Spotkań i Wydarzeń w Polsce 2021

2021-12-17



Dwunasta edycja Raportu podsumowuje osiągnięcia branży spotkań z ubiegłego roku, który przekształcił obraz turystyki biznesowej na całym świecie. Podobnie jak na świecie, w Polsce przemysł spotkań był jednym z sektorów gospodarki najmocniej poszkodowanych przez epidemię Covid-19.

Dane przekazane do raportu "Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2021" dotyczą niespełna 5 tysięcy spotkań i wydarzeń, w których każdorazowo uczestniczyło 50 i więcej osób (w 2019 było ich blisko 24,5 tys.). W porównaniu do 2019 w 2020 roku we wszystkich miastach widoczny jest spadek liczby wydarzeń. Miasta tzw. drugiego wyboru osiągnęły prognozowany poziom w okolicach 76 proc., natomiast w Warszawie i Krakowie spadek przekroczył 80 proc. Warto odnotować jest to, że w 2020 roku odbyło się więcej wydarzeń korporacyjnych i motywacyjnych (48 proc.), niż konferencji i kongresów (46 proc.). Najmniejszą część zgłoszonych wydarzeń stanowią targi i wystawy (6 proc.).

W strukturze wydarzeń ze względu na branżę, podobnie jak w ubiegłym roku w pierwszej trójce znalazły się: handlowo-usługowa (34 proc.), humanistyczna (18 proc.) i medyczna (15 proc.), która zanotowała 1,5 proc. wzrost. W roku 2020 podobnie jak w 2019 dominowały spotkania jednodniowe (69 proc.) organizowane dla krajowych uczestników (88 proc.). 68 proc. wydarzeń odbyło się w I kwartale 2020 roku. Jedynym przyzwoitym miesiącem podczas pandemii okazał się wrzesień, kiedy zorganizowano niemal 10 proc. wydarzeń.

Dla zbadania pełnego spektrum rozwiązań, które organizatorzy wydarzeń wdrożyli w 2020 roku, dodatkowo zebrano informacje nt. formy spotkania: stacjonarne (80 proc.), wirtualne (15,5 proc.), hybrydowe (4,5 proc.). Wyniki potwierdziły, że polska branża przemysłu spotkań, błyskawicznie dostosowała się do nowych realiów, wprowadzając rozwiązania pozwalające na przygotowanie nie tylko bezpiecznych, ale też zaawansowanych technicznie imprez na najwyższym poziomie.

Uzupełnieniem podstawowych treści tegorocznego raportu jest rozdział poświęcony żywym przykładom mechanizmów przeciwdziałania skutkom pandemii. Znajdują się w nim najważniejsze konkluzje z Protokołu KRAKÓW NETWORK oraz analiza danych przekazanych przez członków stowarzyszenia SITE Polska w ramach projektu Destination Poland. Aż 71 proc. analizowanych wydarzeń motywacyjnych odbyło się w formie stacjonarnej, wydarzeń wirtualnych i hybrydowych było odpowiednio - 16 proc. i 13 proc. Przeważająca część wydarzeń stacjonarnych odbyła się w obiektach zlokalizowanych w mniejszych miejscowościach, co odpowiada obecnym trendom związanym z poszukiwaniem bezpiecznych i mniej zatłoczonych miejsc. Dane te napawają optymizmem i potwierdzają fakt, iż produkt

incentive - z całej palety narzędzi MICE - ma szansę odrodzić się jako pierwszy. Przynajmniej w najpełniejszym kształcie, zbliżonym do tego sprzed pandemii. Wynika to m.in. z faktu, że grupy biorące udział w tego typu podróżach są zazwyczaj mniej liczne niż w przypadku konferencji i kongresów. W grę wchodzi też chęć motywacji pracowników i konieczność integracji zespołów po miesiącach lockdownu oraz funkcjonowania w trybie home office.

Opis stanu przemysłu spotkań i wydarzeń w Polsce możliwy jest dzięki nieustającej współpracy Poland Convention Bureau POT z: miejskimi i regionalnymi convention bureaux, rekomendowanymi organizatorami kongresów i podróży motywacyjnych (PCO i ITC) oraz międzynarodowymi stowarzyszeniami (ICCA i UIA). Podmioty te rokrocznie gromadzą i przekazują dane do analizy, która pozwala zobaczyć stan przemysłu spotkań w Polsce w szerokiej perspektywie. Należy wszakże pamiętać, że nie jest to całościowy opis zjawiska w skali całego kraju.