

Turystyka biznesowa szansą Mazowska



Sławomir J. Wróblewski
Prezes Meetings
Management
Sekretarz Generalny
Stowarzyszenia
Konferencje
i Kongresy w Polsce

SŁAWOMIR J. WRÓBLEWSKI

Od czasu zapowiedzi ulokowania w Polsce piłkarskich Mistrzostw Europy, co rusz słyszymy o funkcjach kongresowych, jakie powinny mieć nasze nowe stadiony. Wymienia się tu jednym tchem różne formy imprez biznesowych: kongresy, konferencje, seminaria, targi, promocje produktowe, imprezy masowe, koncerty, festiwale itd. Wszystkie one mają wypełnić uczestnikami owe nowe budowle, gdy opadną już emocje sportowe. Cel jest słuszny – racjonalizowanie tych gigantycznych inwestycji, dodawanie funkcji pozasportowych, m.in. z intencją generowania dodatkowych przychodów. Rzecz w tym, aby zaplanować te funkcje w sposób racjonalny i profesjonalny.

Owielofunkcyjne obiekty dla Warszawy i kilku innych wielkich miast w Polsce zabiegała od lat branża spotkań. Całe środowisko „przemysłu spotkań” – bo taką rangę ma już ta branża – z radością wita każdą zapowiedź inwestycji w infrastrukturę kongresową. Przed Polską kalendarz wielkich wydarzeń o znaczeniu międzynarodowym: Rok Chopinowski 2010, prezydencja Polski w Unii Europejskiej w roku 2011, Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej EURO 2012, Europejska Stolica Kultury 2016 i wiele, wiele innych.

Zamieszczamy dalej wybór fotografii ze świata, które powinny być inspiracją dla tych, którzy mogą mieć wpływ na pozyskiwanie, planowanie i realizację kongresów i innych wielkich imprez w Polsce. Przykłady zrealizowanych już na świecie centrów kongresowych budzą podziw. Centra kongresowe to ikony i symbole metropolii. Dla miast posiadanie nowoczesnego centrum kongresowego to nie tylko interes finansowy, ale także kwestia prestiżu, budowania pozycji międzynarodowej oraz pełnego uczestnictwa w osią-



Darmstadtium,
Darmstadt

gnięciach współczesnej cywilizacji. W ostatnich kilku latach budowane były nowe obiekty kongresowe w kilkudziesięciu lokalizacjach na świecie. A dodajmy, że w samych Chinach w budowie znajduje się ma ponad 100 centrów kongresowych (szerzej zjawisko to zostało opisane w rozdziale „Wizje centrów kongresowych w Polsce XXI wieku” w Katalogu Obiektów i Usług Konferencyjnych „Konferencje w Polsce www.meetingspoland.pl” 2008).

W Polsce, w ostatnich latach deklaracje budowy nowych centrów kongresowych lub adaptacji i rozbudowy obiektów istniejących złożyły już Kraków, Wrocław, Katowice, Olsztyn, Gdańsk. Ostatnio – w marcu 2008 roku – ogłoszono konkurs na zagospodarowanie terenów wokół Stadionu Narodowego w Warszawie. W założeniach konkursowych wpisano Centrum Kongresowe na 8 tys. miejsc i Hali Widowiskowej na 12 tys. Plany te kreują ogromną szansę nie tylko dla Warszawy, ale i dla całego kraju. Szczególne szanse powstają dla regionu najbliższego – dla Mazowsza. Czy Mazowsze zdoła tę szansę wykorzystać?

Na 2,3 mln turystów zagranicznych przybywających rocznie do Warszawy, aż 40 proc. deklaruje służbowy cel swej wizyty. Od 2000 roku także w skali całego kraju turystyka

Centrum Kongresowo-
Targowe Palacio
de Ferias y Congresos
de Málaga, Hiszpania





Marina Bay Sands,
Singapur

biznesowa (m.in. kongresy i targi) stanowi nie tylko najbardziej dochodową, ale i największą liczebnie część całego ruchu przyjazdowego. W roku 2007 dla blisko 27 proc., tj. ponad 4,1 mln osób przybywających do Polski z zagranicy, podstawowym celem pobytu w Polsce były interesy i sprawy służbowe. Dopiero na drugim miejscu plasuje się typowa turystyka, „zwiedzanie i wypoczynek” (25 proc. = 3,8 mln osób) oraz odwiedziny krewnych i znajomych (18 proc. = 2,7 mln).

Kongresy (*Conventions*) i podobne wielkie imprezy biznesowe to wszędzie na świecie swoista ekstraklasa i lokomotywa rozwoju branży spotkań (*Meetings Industry*, często określanej też akronimem MICE – *Meetings, Incentive, Conventions, Exhibitions*). Bez zagłębiania się w definicje, kongresy to spotkania największe (od kilkuset do wielu tysięcy osób), a więc i przynoszące największe przychody. Zapewniają one nie tylko wielogodzinne wykorzystanie sali – jak w przypadku koncertu – ale dużo, dużo więcej: noclegi w hotelach, zamówienie posiłków nieraz

Saragossa, Hiszpania
projekt Expo 2008



przez kilka dni, ogromną ilość materiałów drukowanych, zabudowę towarzyszących wystaw, usługi tłumaczy, przewodników, firm transportowych itp., itd.

Według statystyk International Meeting Association ICCA, organizacji monitorującej na świecie wszelkie zjawiska konferencyjno-kongresowe o zasięgu międzynarodowym, średniej wielkości międzynarodowy kongres, np. medyczny, skupia około 600 uczestników i generuje budżet o wysokości 350.000 USD, nie licząc kosztów przylotu do danego kraju. Rzecz ciekawa, jedynie 10 proc. z tej kwoty trafia do gestora danego centrum kongresowego, pozostałe 90 proc. zasila budżet innych podmiotów zaangażowanych w przygotowanie i przeprowadzenie imprezy: hoteli, restauracji i firm cateringowych, obsługi technicznej, w końcu – lokalnych sklepów, instytucji kulturalnych i transportu miejskiego. A więc całe miasto i region wokół niego odnoszą korzyści!

Jak wylicza Lech Isakiewicz, b. dyrektor Pałacu Kultury i Nauki, uczestnik trzydniowego, międzynarodowego kongresu zostawia w mieście, w którym jest on organizowany, ok. 1500 euro. Tysiąc uczestników – a jest to standard światowy – przynosi miastu półtora miliona euro. Czyli 6 milionów złotych. W ciągu zaledwie trzech dni. W ubiegłym roku stolice naszych najbliższych sąsiadów (nie z Hiszpanii, Belgii, Wielkiej Brytanii i Włoch) zarobiły na organizacji samych tylko kongresów: Berlin ponad 100 mln euro. Praga 50 mln euro i Budapeszt 60 mln. Warszawa w tym samym 2006 roku na kongresach zarobiła raptem 11 mln.

Kongresy to przedsięwzięcia najtrudniejsze, wymagające profesjonalnych kadr i wieloletnich zabiegów marketingowych. Spośród blisko dziesięciu tysięcy cyklicznie odbywających się imprez odnotowanych przez ICCA, imprezy największe, o liczebności ponad 2 tys. osób, stanowią tylko 8 proc., a ok. 15 proc. to imprezy do 2 tys. uczestników. Ale to właśnie o nie rywalizują miasta z całego świata. Polskie miasta, jak dotąd, miały niewielkie szanse na pozyskanie megaimprez, z uwagi na brak wielkich centrów kongresowych i niezbędnej towarzyszącej infrastruktury (autostrady, porty lotnicze).

Podkreślić jednak należy, że na przestrzeni dziesięciu ostatnich lat Polska zdecydowanie poprawiła swoją pozycję na międzynarodowym rynku spotkań, między innymi dzięki zbudowaniu infrastruktury – głównie hoteli – zdolnej do goszczenia imprez mniejszych,

do około 1000 uczestników. Jakie są obecnie możliwości organizowania wielkich spotkań w Warszawie? Kongresy do 2800 osób tradycyjnie odbywają się Sali Kongresowej Pałacu Kultury i Nauki. Hotel Gromada oferuje w swym Centrum Kongresowo-Wystawienniczym przy lotnisku Okęcie salę dla 2500 osób. Warszawskie Expo XXI przy ul. Prądzyńskiego to kompleks głównie wystawienniczy, ale wykorzystywany także dla potrzeb imprez masowych nawet dla 5500 uczestników. W handlowym kompleksie Blue City organizuje się zgromadzenia do 3200 osób. Pierwszy w Polsce warszawski Hilton dysponuje salą na 1800 osób, nowe Centrum Mazurkas w Ożarowie – na blisko 1000. Niebawem oddana zostanie Hala MTPolska przy ulicy Marsa na Pradze z docelowymi funkcjami konferencyjno-kongresowymi dla kilku tysięcy uczestników. Sala Torwaru jest zdolna pomieścić 4800 osób. Dodajmy jeszcze możliwość wykorzystania uczelni, sal teatralnych i multiplexów.

Tak więc, zapowiedziane nowe Centrum Kongresowe na 8000 to nowa jakość, wielkość do tej pory w Warszawie niemożliwa do realizacji.

W publikowanych planach inwestycji niezbędnych dla realizacji EURO 2012 wskazuje się, że w samej Warszawie ma powstać ponad 100 hoteli, moteli i pensjonatów, oferujących 80 tys. miejsc noclegowych. Obecnie w stolicy jest 167 obiektów bazy noclegowej z około 30 tys. miejsc, przy czym w hotelach o wyższym standardzie jedynie 10.620, a w zasadzie tylko takie można brać pod uwagę dla imprez kongresowych. Jak raportują te hotele, w latach 2006 i 2007 odnotowano rekordowe obłożenie, a początek 2008 jest też pod tym względem dobry. Ale to oznacza trudności w znalezieniu dostępnego terminu rezerwacji dla dużej grupy. Stąd też tak oczekiwane inwestycje w hotelarstwie, gdyż w przeciwnym razie lukratywne imprezy biznesowe przejdą nam koło nosa.

Kongresy stanowią „crème de la crème” światowej branży spotkań. Są dowodem zaufania danego środowiska zawodowego dla miasta i kraju, którym powierzono rolę gospodarzy. Są znakomitą okazją dla promocji i budowania pozytywnego wizerunku. Rezultaty kongresów znacznie wykraczają poza obszar dziedziny, której formalnie dotyczył dany temat. Kraje na całym świecie, a zwłaszcza wielkie miasta, walczą o przyciągnięcie do siebie kongresów i innych głośnych zgromadzeń – kulturalnych, społecznych czy sportowych.

*Konkursowa wizja przyszłego Centrum Kongresowego w Krakowie
Autorzy: Ingarden & Ewji Architekci (główny projektant), Arata Isozaki & Associates (konsultant projektowy)*



Wiemy o zainteresowaniu Polską i możliwościami przyciągnięcia do Polski imprez wielkich. W skali kraju właśnie Warszawa ma na to – jak się wydaje – największe szanse, choćby dlatego, że jest stolicą, ma największy port lotniczy, jest największą aglomeracją. Dla regionu - Mazowsza - to szansa przyciągnięcia do swoich ofert imprez towarzyszących.

Melbourne Convention Centre, do otwarcia 12 miesięcy

*Projekt – Stadion Narodowy w Warszawie
(autor: JSK Architekci Sp. z o.o.)*





Feature Tower
and ADMEC,
Abu Dhabi

Jednakże warto zauważyć, że w roku 2006 w zestawieniu miast kongresowych prowadzonym przez ICCA, odnotowano Warszawę na 45 miejscu z 22 kongresami, a Kraków był na miejscu 53 z 19 imprezami. Ale już w kolejnym roku Kraków znalazł się o raptem dwa miejsca za Warszawą. Jeśli Warszawa nie zwiększy w najbliższym czasie liczby kongresów uwzględnianych w rankingu, to zostanie zdystansowana przez Kraków, co raczej źle wpłynie na wizerunek naszej stolicy.

Ogromną szansą Mazowsza są imprezy towarzyszące wydarzeniom biznesowym w Warszawie – tematyczne study tours, np. chopinowskie, wieczory z programem kulturalnym, wycieczki poznawcze, pikniki. Mazowsze może być interesującym terenem dla programów typu incentive – motywacyjnych i integracyjnych spotkań dla pracowników lub klientów firm. A w końcu Mazowsze to też teren idealny – bo bliski – dla konferencji i szkoleń generowanych przez aglomerację Warszawy. W każdym z wymienionych zakresów możliwy jest dalszy rozwój przez inwestycje i doskonalenie markowego, jakościowego produktu.

Nową dynamikę problematyce turystyki na Mazowszu nadaje powstała dwa lata temu Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna. Pod koniec 2007 roku MROT zakończył prace nad Strategią Rozwoju Turystyki dla Województwa Mazowieckiego na lata 2007-2013. To rezultat intensywnej pracy całego zespołu i powód wielkiej naszej satysfakcji, bo nadrabiamy w ten sposób wiele lat opóźnienia, gdyż MROT to najpóźniej zawiązana regionalna organizacja turystyczna w Polsce. Niebawem Strategia Turystyki będzie przedmiotem debaty w Sejmiku Województwa. W dokumencie tym turystyka biznesowa jest wymieniona jako jeden z podstawowych obszarów produktowych, oprócz turystyki miejskiej i kulturowej, turystyki aktywnej i specjalistycznej, turystyki edukacyjnej i turystyki wiejskiej. W konsekwencji przewidziane jest wspieranie tej turystyki w zakresie tworzenia produktów, szkolenia kadr i promocji. A w Celu Operacyjnym 4.3. pt. „Rozwój infrastruktury turystycznej, paraturystycznej oraz okołoturystycznej” zapisano Działanie 4.3.2. pt. „Budowa infrastruktury konferencyjnej i kongresowej na terenie całego województwa”. Przed nami jeszcze rozpracowanie konkretnych działań.

Już teraz odnotować należy ważne inwestycje, które wpływają na zwiększenie zdolności recepcyjnej w regionie. Do końca 2008 roku ruszy „Matecznik” – Centrum Kulturalno-Konferencyjne, a zarazem siedziba

słynnego Zespołu Pieśni i Tańca „Mazowsze” w Karolinie. Planowane są kolejne tego typu przedsięwzięcia, które mają wykreować wizerunek Mazowsza jako Europejskiego Centrum Spotkań.

Prezes MROT, Artur Buczyński, zarazem przewodniczący Komisji Promocji Sejmiku Mazowieckiego, podkreślał w niedawnym wywiadzie prasowym, że równolegle powstaje Strategia Promocji Województwa Mazowieckiego. Działania MROT będą dopełniać aktywność innych struktur wojewódzkich. Cytuje: „Celem MROT w zakresie turystyki biznesowej jest wykorzystanie ogromnego, a niewykorzystanego potencjału. Istnieją duże możliwości zwiększania liczby przyjazdów biznesowych, a także organizowania pobytów integracyjnych i motywacyjnych na terenie województwa. Uczestnikom kongresów, konferencji, seminariów, biznesmenom w podróżach służbowych region mazowiecki może zaoferować atrakcyjny sposób spędzania czasu po zakończeniu obowiązków służbowych. Jednym z warunków jest rozbudowa infrastruktury – np. dużych sal biesiadnych, zapewnienie dogodności transportu, przygotowanie atrakcyjnych programów, doskonalenie kadr, ich kompetencji np. znajomości języków.”

Ważnym czynnikiem było stworzenie struktur odpowiadających za promowanie i poprawianie produktów dla turystów biznesowych: *Convention Bureaus* (jest ich już osiem w największych polskich miastach i jedno na szczeblu rządowym w Polskiej Organizacji Turystycznej). Istniejące *Convention Bureau* w Warszawie nie ma zbyt mocnego umocowania, co ogranicza jego zdolności skutecznego promowania. O ile istnieje takie w Warszawie, to brak jest struktury specjalizującej się w promocji turystyki biznesowej w skali województwa mazowieckiego, choć cieszy, że zarówno Urząd Marszałkowski, jak i Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna okazują zainteresowanie tematem.

Convention Bureaus pełnią rolę instytucji zaufania publicznego i głównego promotora zaproszeń konferencyjno-kongresowych. A następnie, dla osiągnięcia pełnego sukcesu spotkania biznesowego, niezwykle ważne jest, by zleceniodawcy korzystali z pomocy profesjonalnych organizatorów konferencji, których już w Polsce nie brakuje. Doradzą oni przy wyborze ośrodka i środków transportu, wynegocjują dobrą cenę, zapewnią sprawną realizację całego programu we wszystkich szczegółach. Warto podkreślić tu rolę stowarzyszeń profesjonalistów branży spotkań, jak Stowarzyszenie „Konferencje

i Kongresy w Polsce” czy Fundacji „Warsaw Destination Alliance”. Wielkie szanse dla promocji ofert pobytów biznesowych stwarzają też coroczne Targi Obiektów i Usług Konferencyjno-Szkoleniowych, odbywające się w listopadzie w Pałacu Kultury i Nauki (www.btf.waw.pl). Ważnym narzędziem marketingowym jest Program Honorowych Ambasadorów Kongresów realizowany wspólnie przez Stowarzyszenie „Konferencje i Kongresy w Polsce” i Polską Organizację Turystyczną. Warto byłoby powrócić do uzgodnionego już kiedyś patronatu nad tym programem ze strony Marszałka Sejmu RP.

Kluczem do sukcesu w dziedzinie turystyki biznesowej Mazowsza są: długofalowy, profesjonalny marketing destynacji oraz komplementarne dopełnienie na terenie województwa do inwestycji realizowanych w Warszawie. Powstać powinien system współdziałających ze sobą ośrodków zdolnych do recepcji gości biznesowych oraz firm obsługujących spotkania biznesowe. Mazowsze, wspólnie z Warszawą, ma wielkie szanse na rynku spotkań biznesowych. Niezbędne jest zgodne działanie i synergia aktywności organów publicznych i biznesu prywatnego.

Sławomir J. Wróblewski, sekretarz generalny Stowarzyszenia „Konferencje i Kongresy w Polsce”, prezes Biura Konferencji „Meetings Management”. Autor wydawca Katalogu Obiektów i Usług Konferencyjnych „Konferencje w Polsce www.meetingspoland.pl” (corocznie od 1998), organizator dorocznych Megaspotkań Biznesowych w Warszawie, członek Europejskiej Federacji Stowarzyszeń Profesjonalnych Organizatorów Konferencji (EFAPCO).



Cape Town International Convention Centre

Hong Kong Convention and Exhibition Centre, China



Międzynarodowa pozycja Polski w dziedzinie kongresów międzynarodowych

W rankingu krajów o największej liczbie kongresów międzynarodowych ścisłą czołówkę wg ICCA tworzą: **USA** (414 imprez), **Niemcy** (334), **Wielka Brytania** (279), **Francja** (269), **Hiszpania** (266), **Włochy** (209), **Brazylia** (207), **Austria** (204), **Australia** (190), **Holandia** (187). Według kryteriów UIA (uwzględniających większą liczbę imprez): USA (894), Francja (634), Niemcy (434), Holandia (391), Austria (382), Hiszpania (362), Wielka Brytania (350), Finlandia (325), Włochy (324), Singapur (298). **Polska jest wymieniana na pozycji 27 z 73** odnotowanymi imprezami, zaraz za Czechami, które wykazały 74 takie spotkania. Węgry z 97 kongresami uplasowały się na miejscu 20. Pod względem liczby gości kongresowych najwięcej powodów do zadowolenia mają Stany Zjednoczone, które przyjęły 388,6 tysięcy uczestników. Następnie: Francja 195,5 tys. i Niemcy 182,1 tys. Z krajów Europy Środkowej najwięcej skorzystali Czesi (88,9 tys. gości), Polacy (41,2 tys.) i Węgrzy (30,6 tys.), gdzie sam Budapeszt wykazał 15,9 tys. uczestników międzynarodowych kongresów.