59 kongres ICCA w Kaohsiung modelowym case study konferencji hybrydowej

2020-11-26

Doroczny kongres ICCA, jego 59. edycja, po raz pierwszy odbył się w formie hybrydowej. Temat przewodni wydarzenia brzmiał „Transforming Global Events Together”. Wzięła w nim udział rekordowa liczba osób, a mianowicie 1500 delegatów z całego świata, w tym 220 prelegentów i 200 przedstawicieli stowarzyszeń międzynarodowych.

Doroczny kongres ICCA jest jednym z najważniejszych wydarzeń w branży przemysłu spotkań pod względem edukacyjnym, biznesowym i networkingowym. Co roku bierze w nim udział top management z firm członkowskich i co roku destynacje walczą o pozyskanie kongresu do swoich miast. W 2017 r. jako lokalizację na 2020 rok wybrano Kaohsiung na Tajwanie, gdzie niestety w związku z pandemią kongres nie mógł się odbyć w takiej formie jak zwykle. W marcu 2020 r. zarząd ICCA zadecydował, że kongres nie zostanie odwołany ani przeniesiony z powodu COVID-19 i odbędzie się w formie hybrydowej. W celu umożliwienia członkom zlokalizowanym w ponad 100 krajach łatwiejszego dostępu, wybrano oprócz Kaohsiung siedem destynacji (hubów), gdzie można było wziąć udział w wydarzeniu fizycznie. Huby te to: Cape Town, Latin America, Luxemburg, Malaga, North America i Riyadh. Eksperyment udał się. Nieszablonowe myślenie i nowatorski format tegorocznego wydarzenia pozwolił członkom ICCA na efektywny udział w evencie i stał się modelowym przykładem konferencji hybrydowej, w prawdziwym duchu „transformacji globalnych wydarzeń”.

Program tegorocznego kongresu rozłożono aż na sześć tygodni. Przez sześć tygodni poprzedzających kongres dla zarejestrowanych na wydarzenie uczestników, udostępniano sesje edukacyjne przyporządkowane tematycznie do różnych sektorów, w tym do Zarządzania Wydarzeniami (Meetings Management), Marketingu Destynacji (Destination Marketing) i Obiektów (Venues). W czasie samego kongresu, punkty programu takie jak oficjalne otwarcie, zamknięcie itp. odbywały się w Kaohsiung i były transmitowane w czasie rzeczywistym online i do hubów. Również program edukacyjny do południa każdego dnia był przekazywany „na żywo” z Kaohsiung. Po południu transmitowano program z hubów i uczestnicy wirtualni mogli wybrać te sesje z poszczególnych hubów, które najbardziej ich interesowały. Dzięki temu rozwiązaniu podkreślono rolę głównego miasta, czyli Kaohsiung jako gospodarza kongresu, ale dano również możliwości promocyjnie poszczególnym hubom.

Podczas przerw w programie łączono się ze studiem w Londynie, gdzie pojawiały się komentarze, specjalni goście, wywiady oraz informacje jak poruszać się po platformie kongresowej. Angażowanie uczestników wzmacniały takie narzędzia jak slido.com czy wonder.me za pośrednictwem których można było wziąć udział w głosowaniach czy porozmawiać z innymi uczestnikami. Na platformie kongresowej była również możliwość włączenia się w dyskusję o bieżących wyzwaniach naszej branży.
W trakcie tegorocznego kongresu nie zabrakło także stałych punktów programu, które zwykle cieszą się największą popularnością wśród delegatów, takich jak ICCA Best Marketnig Award, Copenhagen Denmark lecture i President’s choice session.

W tym roku sesja ICCA Best Marketing Award miała specjalny wymiar. Zaprezentowano przykłady niestandardowego przywództwa, związanego z reakcją na pandemię. Wyróżniono: Kintex z Południowej Korei, Kuala Lumpur Convention Centre, Seoul Tourism Organization,

Indian Hotels Company Limited oraz VisitFlanders Convention Bureau.

Tematem głównym Copenhagen Denmark lecture było „włączenie” (inclusion) rozumiane jako włączenie w działania nasze i naszych organizacji osób o różnych poglądach, różnym wieku, z różnych środowisk. Podkreślono potencjał ludzi młodych i zaznaczono, że idea „more”, która powszechnie obwiązywała od zakończenie II wojny światowej i według której zarówno przedsiębiorstwa, jak i my sami dążyliśmy do tego, aby posiadać coraz więcej już się skończyła. Teraz obowiązuje idea „better”, nie chcemy mieć już więcej dóbr, ale chcemy, żeby to, co posiadamy i robimy było „lepsze”. Będziemy również chcieli podróżować „lepiej”, a nie „więcej” i brać udział w lepszych konferencjach, a nie w większej ich liczbie.

Sesja „President’s choice” dotyczyła w tym roku „gamification”, podczas której guru tej dziedziny – Yu-Kai Chou, founding partner & chairman The Octalysis Group – opowiadał, jak efektywnie stosować zasady grywalizacji w strategiach rozwoju naszych firm i przy budowaniu programów konferencji.

W tegorocznym programie merytorycznym kongresu dominowały tematy, dotyczące trendów i przyszłości przemysłu spotkań oraz digitalizacji. Nie pominięto legacy i pozytywnego wpływu organizacji kongresów na społeczeństwo. Zaprezentowano studium przypadku trzech stowarzyszeń, które w tym roku zostały laureatami programu grantowego „Incredible Impacts”, prowadzonego od czterech lat przez BestCities Global Alliance wspólnie z ICCA. Tegoroczni laureaci to Ecocity Builders and the BCIT Ecocity Centre, International Society for Microbial Ecology (ISME) oraz Soroptimist International (SI).

Wyjątkowym dziedzictwem tegorocznego wydarzenia ICCA jest Protokół Kouhsiung, pokazujący mikro i makro trendy oraz określający listę kluczowych strategii, które umożliwią międzynarodowemu przemysłowi spotkań dobrze się rozwijać, teraz i w przyszłości. Zidentyfikowane kierunki obejmują innowacyjne modele biznesowe, wspólne ryzyko, restrukturyzację cyfrową i wydarzenia hybrydowe oraz strategie dotyczące zwiększonego zaangażowania.

Wszystkie sesje edukacyjne z tegorocznego kongresu ICCA, które razem tworzą ponad 100-godzinny program zostały nagrane i są nadal dostępne dla uczestników kongresu do obejrzenia w dowolnym czasie.

W przyszłym roku kongres ICCA odbędzie się w Cartagenie w Kolumbii.
59. kongres ICCA odbył się w dniach 1 – 3 listopada 2020 r.