

MICE Poland

MEETINGS • INCENTIVES • CONFERENCES • EVENTS

MAJ 2014 (5/127)

A portrait of Karol Kamas, a man with short brown hair and a beard, wearing a dark suit, white shirt, and a red and blue plaid tie. He is looking slightly to the right of the camera with a neutral expression. The background is a blurred blue and white pattern.

» Cele biznesowe muszą być jasno zdefiniowane

*Z Karolem Kamasem, wicedyrektorem
Departamentu Komunikacji Marketingowej
w Banku BGŻ, rozmawiamy o działaniach
event marketingowych i zasadach
współpracy z agencjami.*

- » (Nie)rzetelne portfolio
- » Event jako fundament skutecznego marketingu

Kraków liczy wpływy z branży spotkań

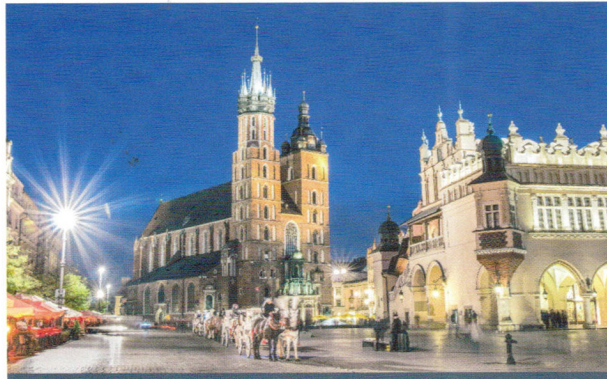
We wrześniu 2014 r. będzie znana konkretna kwota, jaka wpływa do budżetu miasta dzięki aktywności branży.

Określenie wielkości sektora MICE i jego ekonomicznego wpływu na gospodarkę miasta oraz regionu stanowi duże wyzwanie i wymaga intensywnych, sukcesywnych działań.

Metodologia badań

Badanie wielkości rynku spotkań w Krakowie odbywa się dwuaspektowo. Pierwszy aspekt dotyczy określenia wielkości wydatków związanych z organizacją spotkań – zarówno uczestników, jak również organizatorów. W tym przypadku wykorzystuje się badania ankietowe. Przeprowadza się je podczas wybranych spotkań, zarówno wśród osób uczestniczących, jak i po spotkaniu z organizatorami. Badania ankietowe przygotowano przez partnera merytorycznego projektu – Fundację Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, realizowane są przez Małopolską Organizację Turystyczną.

Profil i strukturę grupy badawczej opracowali naukowcy z krakowskiego Uniwersytetu Ekonomicznego. Zaś celem badań jest poznanie wielkości wydatków w różnych kategoriach (opłata za uczestnictwo, noclegi, transport, gastronomia, kultura itp.), które przekładają się docelowo na korzyści dla miasta z działalności branży spotkań. Badaniami ankietowymi objęci są



Projekty realizowane w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy służą:

- niwelowaniu różnic w rozwoju społeczno-gospodarczym na terenach rozszerzonej Unii Europejskiej,
- przyczyniając się do zmniejszenia dysproporcji rozwojowych pomiędzy poszczególnymi regionami.

We wrześniu 2014 r. będzie znana konkretna kwota, jaka wpływa do budżetu miasta dzięki aktywności w Krakowie branży spotkań.

organizatorzy konferencji, kongresów, sympozjów, seminariów, targów, wystaw gospodarczych oraz spotkań biznesowych.

Drugi aspekt to wykorzystanie wyników badań ankietowych z pilotażu do dopasowania kalkulatora DMAI do realiów polskich. Następnie wyliczenie wartości dla modelowych rodzajów spotkań (wypracowanych na podstawie badań zasadniczych prowadzonych w Krakowie w ciągu dwóch sezonów turystyki MICE – zimowego i wiosennego). Korzystanie z kal-

kulatora wymaga wiarygodnych danych dotyczących branży MICE, dlatego wykorzystuje się wcześniej omówione wyniki badań ankietowych. Narzędzie to dostarcza dane, które w końcowym efekcie będą stanowić uzupełniającą informację (obok danych od Głównego Urzędu Statystycznego oraz Poland Convention Bureau POT).

Raport we wrześniu

Finalne wartości ekonomicznego wpływu branży spotkań na gospodarkę Krakowa wyliczy zespół badaw-

czy Katedry Turystyki Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.

– Wyniki badań zostaną przedstawione w formie raportu, w którym zostaną również zawarte rekomendacje dotyczące dalszych działań, m.in. wytypowania propozycji kongresów, które mogą zostać pozyskane przez Kraków i wygenerować jak najwyższe wpływy ekonomiczne – mówi Małgorzata Przygórska-Skowron, kierownik Zespołu Projektowego, a także kierownik Kraków Convention Bureau. Przedstawiane działania stanowią integralną część 3-letniego Projektu Grantowego Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy.

Projekt realizuje cele Funduszu Partnerskiego poprzez promowanie, tworzenie i wzmacnianie partnerstwa poprzez wymianę dobrych praktyk i know-how między polskimi jednostkami samorządu terytorialnego (Gmina Miejska Kraków, Urząd Miasta Krakowa – lider projektu) i instytucjami (Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie i Krakowskie Biuro Festiwalowe – partnerzy projektu) a instytucjami szwajcarskimi (Uniwersytet Nauk Stosowanych Zachodniej Szwajcarii (HES-SO Valais – partner projektu). (az)

Chiny wysuwają się na prowadzenie

Do 2015 r. Chiny staną się światowym liderem podróży biznesowych, deklasując tym samym USA. Taką informację podali autorzy raportu „GBTA BTI Outlook – China”, opublikowanego przez stowarzyszenie Global Business Travel Association (GBTA).

Jeśli wierzyć tym ustaleniom, to Państwo Środka wysunie się na prowadzenie rok wcześniej niż zakładano. Początkowo prognozy mówiły bowiem, że zmiana lidera ma szansę nastąpić nie wcześniej niż w 2016 r. GBTA w swoim raporcie zakłada, że wydatki na podróże służbowe wzrosną w tym roku o 16,5 proc., a w

kolejnym, 2015 aż o 17,8 proc. osiągając wartość 309 miliardów dolarów. Wpływ na to mają zarówno wyjazdy krajowe, jak i zagraniczne, chociaż przewaga tych pierwszych jest znacząca. Oprócz podróży wewnątrz Chin, najbardziej popularnymi kierunkami wyjazdów biznesowych z Państwa Środka pozostają Korea Południowa, Singapur oraz Hong Kong (mający status autonomii, dlatego liczony jako wyjazd poza teren Chin). W tym zestawieniu USA uplasowały się na 8 pozycji. – Niezwykle dynamiczny wzrost chińskiej gospodarki to zjawisko bezprecedensowe. To z kolei bardzo szybko napędza

rynek podróży służbowych do, ale także z tego kraju. Dotyczy to zarówno pojedynczych wyjazdów w celach biznesowych, ale również dużych eventów, konferencji, kongresów, czy wreszcie podróży incentive. Nawet w obliczu ewentualnego, mniejszego niż zakładamy wzrostu chińskiej gospodarki w najbliższych latach, który może być spowodowany ograniczeniem wydatków i inwestycji publicznych, biznes wciąż się rozwija. A wraz z nim wyjazdy służbowe – powiedział Welf J. Ebeling, dyrektor regionalny GBTA w Azji. Oprócz tego, już w przyszłym roku Beijing Capital International Airport

w Pekinie stanie się najprawdopodobniej najbardziej ruchliwym lotniskiem na świecie, wyprzedzając tym samym port lotniczy Hartsfield-Jackson International Airport w Atlancie. Według ostatniego raportu na temat największych rynków podróży służbowych, opublikowanego w ubiegłym roku przez GBTA (na podstawie danych z 2012 r.), na czele tabeli znajdują się Stany Zjednoczone, za nimi Chiny, podium zamyka Japonia. Do pierwszej dziesiątki zalicza się jeszcze kolejno: Niemcy, Wielka Brytania, Francję, Włochy, Koreę Południową i Brazylię. (mk) www.gbta.org

Makata Creative Group dla ELLE

Makata Creative Group z pomocą gali wręczenia nagród ELLE International Awards 2014, organizowanego przez wydawnictwo Burda International, imprezę prowadził Marcin Gościom umiłała czas tańczyć muzyka (wokale – Ewa Skalska, pianino – Miłosz Wójcik). Impreza odbyła się w Teatrze Wielkim – Operze w Warszawie. (mk) www.makata.com.pl

Rubicon Media dla radia Tok FM

Rubicon Media była odpowiedzialna za przygotowanie gali Nagrody Tok FM im. Anny Laszuk. Agencja zajęła się całością produkcji wydarzenia, w tym scenariusza imprezy, grafik, materiałów filmowych, realizacją logistyczną i techniczną. Obsługę multimedialną zabrała Trias. Celem konkursu było promowanie i docenienie osób lub instytucji, istotny wpływ na rzeczywistość, docenionym za dotychczasowe osiągnięcia. Głównym organizatorem w 2013 r. został Krzysztof Olkiewicz. Event odbył się 1. kwietnia w Muzeum Historycznym w Warszawie. (r) <http://rubiconmedia.pl>

El Padre zrealizował grę miejską

Agencja zorganizowała grę „Misja Dworzec”, która była etapem działań promocyjnych z okazji otwarcia nowego kolejowego w Krakowie. W grze wzięli udział kilkadziesiąt różnych zespołów, które otrzymały zadanie – uratować przysiężnika, który został zamordowany. Gra została przeprowadzona w formie gry internetowej, będącej częścią kampanii promocyjnej. W ramach gry odbyła się 29 marca 2014 r. w Warszawie. (mk) www.elpadre.pl

Ster Event dla War

Agencja Ster Event zrealizowała roczną galę największych firm w Warszawie oraz marki HUGO BOSS. Był to event pod hasłem „Wielki sukces”. Formuła spotkania była bardzo ciekawa – 400 uczestników w komputerową grę strategiczną z branżą ubezpieczeniową. W grze wzięli udział dziesięć osób z zarządów największych firm ubezpieczeniowych i walczyła na rynku z konkurencją. Przez 5 wirtualnych lat na rynku każdy zespół miał swój najwyższy wynik. Event odbył się 1. kwietnia w Warszawie. (mk) www.sterevent.pl