



Przemysł spotkań w Warszawie

Warsaw Meetings Industry

Raport 2011  Report 2011 

WSTĘP	2	INTRODUCTION
SŁOWO OD AUTORÓW	3	A WORD FROM THE AUTHORS
METODOLOGIA BADAŃ	4	RESEARCH METHODOLOGY
WARSZAWA	5	WARSAW
Informacje ogólne	5	General information
Ludność	6	Population
Gospodarka miasta	7	The city economy
Planowany rozwój społeczny i ekonomiczny	10	Planned social and economic growth
Wizerunek miasta	12	Image of the city
DOSTĘPNOŚĆ KOMUNIKACYJNA WARSZAWY	14	ACCESSIBILITY OF WARSAW
Transport lotniczy	15	Air transport
Koleje	17	Railway
Drogi	19	Roads
PRZEMYSŁ SPOTKAŃ W WARSZAWIE	21	MEETINGS INDUSTRY IN WARSAW
EUROPA ŚRODKOWA	25	CENTRAL EUROPE
WARSZAWA W POLSCE	28	WARSAW IN POLAND
WYDARZENIA I SPOTKANIA W WARSZAWIE	31	MEETINGS AND EVENTS IN WARSAW
PODAŻ OBIEKTÓW KONFERENCYJNYCH W WARSZAWIE	33	THE SUPPLY OF CONFERENCE VENUES IN WARSAW
ANALIZA RYNKU MICE W WARSZAWIE	35	ANALYSIS OF THE MICE MARKET IN WARSAW
PODSUMOWANIE	46	SUMMARY

Oddając w Państwa ręce piątą już edycję Raportu przemysłu spotkań w Warszawie z satysfakcją zauważamy, że zapotrzebowanie na to wydawnictwo jest z roku na rok coraz większe, a dojrzewająca branża spotkań częściej korzysta z narzędzi analitycznych w swoich działaniach marketingowych. Jesteśmy jednocześnie przekonani, że rzetelne raportowanie sytuacji na rynku spotkań jest nie tylko obowiązkiem każdego reprezentanta destynacji, ale przede wszystkim odpowiada na potrzeby profesjonalnych przedstawicieli naszej branży. Wraz z doskonaleniem narzędzi, zmienia się nie tylko język komunikacji, ale również świadomość zarówno po stronie klientów jak i dostawców rozwiązań, które podlegając prawom konkurencyjności udoskonalają się z roku na rok.

Jako oficjalny przedstawiciel Warszawy na międzynarodowym rynku spotkań, liczymy, że nasz Raport będzie jednym z bodźców do rozwoju lokalnej branży konferencyjnej, kongresowej i eventowej.

W tym roku raport został przygotowany przez firmę Horwath HTL, eksperta konsultingu w sektorze hotelowym i turystycznym.

Serdecznie zapraszamy do lektury.

Zespół Warsaw Convention Bureau

Handing over to you the fifth edition of the Report on the meetings industry in Warsaw, we are pleased to notice that the demand for this publication has been growing year after year, and the developing sector of meetings has been using analytical tools in its marketing activities more and more often. At the same time, we are convinced that thorough reporting on the subject of the meetings market is not only an obligation of each representative of the destination, but - most of all - a response to the needs of professional representatives of our trade. As the tools are improved, not only the communication language changes, but also awareness of the clients, as well as providers of solutions, which - accordingly with the rules of competition - are improved year after year.

As the official representative of Warsaw on the international meetings market, we hope that our Report will become one of the factors to stimulate the local conference, congress and event sector.

This year, the report has been prepared by Horwath HTL company - a consulting expert in the hospitality and tourism sector.

Enjoy your reading!

Team of the Warsaw Convention Bureau

„Przemysł spotkań w Warszawie w 2011 roku” to kolejna już edycja corocznie wydawanej publikacji, która swoim zasięgiem obejmuje sytuację na rynku za rok 2010. Był to rok mozolnego wychodzenia ze światowego kryzysu gospodarczego firm na całym świecie, które w większości powróciły na ścieżkę rozwoju i wzrostu, wyciągając lekcję z kryzysu i rozumiejąc znaczenie oszczędności w działalności gospodarczej. Miało to też wpływ na rynek wydarzeń MICE, których nie odbywało się już tak dużo jak w latach przed kryzysem, a organizatorzy stali się bardziej wymagający i oszczędni. Sytuacja ta znalazła swoje odbicie na rynku – zmusiła organizatorów do liczenia się z pieniędzmi, a obiekty konferencyjne do walki o klienta różnymi metodami, jak np. obniżanie kategoryzacji hotelu.

Warszawa generalnie dobrze radziła i radzi sobie w tych trudnych, naznaczonych piętnem kryzysu gospodarczego czasach, a stołeczni organizatorzy konferencji potrafilo utrzymać się na rynku, a nawet osiągać w tym czasie zyski. Rok 2010 przyniósł też poprawę w porównaniu do 2009 pod względem liczby spotkań zorganizowanych w Warszawie. Stolica Polski tradycyjnie już jest preferowanym miejscem organizacji konferencji przez polskich organizatorów, a także budzi zainteresowanie podmiotów zagranicznych, gdyż jest pewną nowością i alternatywą dla tradycyjnych destynacji MICE. Nie bez znaczenia jest też dobrze rozwinięta sieć połączeń lotniczych z Lotniska im. Fryderyka Chopina, która jest szczególnie ważna dla międzynarodowych organizatorów konferencji oraz działania promocyjne na rzecz miasta m.in. Warsaw Convention Bureau i innych organizacji publicznych i prywatnych.

Potencjał Warszawy jako destynacji MICE nie jest jednak jeszcze w pełni wykorzystywany. W naszej opinii miasto to ma szansę stać się jednym z wiodących ośrodków w Europie o randze przynajmniej takiej jak Praga, a nawet wyższej. Znakomita lokalizacja Polski i jej stolicy może być dla wielu organizatorów kluczowym aspektem przy wyborze miejsca organizacji zjazdu czy konferencji. Nie bez znaczenia jest również ciekawa historia miasta jak i to, że z roku na rok Warszawa pięknieje. Co zasadniczo mogłoby podnieść atrakcyjność Warszawy, to znaczący wzrost podaży obiektów konferencyjnych w mieście. Obecnie wielu organizatorów deklaruje chęć przyjazdu do Warszawy, powstrzymuje ich jednak nadmierne obłożenie największych i najlepszych sal konferencyjnych w mieście. Wiele przedstawicieli przemysłu spotkań wyraża opinię, że ogromnym bodźcem rozwoju stolicy mogłoby być stworzenie wielofunkcyjnego centrum kongresowego w centralnej lokalizacji, które byłoby miejscem odbywania się najważniejszych spotkań o skali europejskiej czy wręcz światowej.

Wierzmy, że niniejszy raport dostarczy Państwu wielu użytecznych informacji i przyczyni się do dalszego dynamicznego rozwoju rynku usług MICE w stolicy, gdyż Warszawa warta jest tego, by stać się jedną z najważniejszych destynacji MICE w Europie.

Zespół Horwath HTL:

Janusz Mitulski – Partner

Marcin Stelmach – Konsultant

Katarzyna Tencza – Młodszy Analityk

„Meetings industry in Warsaw in 2011” is the most recent edition of the annual publication, which covers the market condition in year 2010. This was the year of laborious recovery from the global economic crisis for companies around the globe, which mostly managed to return to the path of growth and development; mostly drawn conclusions from the crisis and understood the significance of savings in business operation. This also exerted impact on the market of MICE events, and the number of these has been reduced in comparison with the years preceding the crisis, while the organizers have become more demanding and sparing. This situation has been reflected by the market condition, which has forced the organizers to count every penny spent, and the conference facilities – to struggle to attract clients using various methods, such as lowering of the hotel classification categories.

Warsaw has coped quite well with these difficult times, marked by the economic crisis, and the conference organizers of the capital city have managed to stay on the market and even generate profits. Year 2010 also brought some improvements in comparison with 2009 in terms of the number of meetings organized in Warsaw. Traditionally, the capital of Poland has been the preferred conference location for the Polish organizers; it also attracts foreign entities, as to some extent it remains a novelty and an alternative to traditional MICE destinations. Another significant aspect is the well-developed network of flight connections from Frederic Chopin Airport, which is particularly important from the perspective of international conference organizers and promotional activities on behalf of the city, conducted by private and public organizations, such as the Warsaw Convention Bureau.

The potential of Warsaw as a MICE destination, however, has not been fully exploited. In our opinion, the city has a chance to become one of the leading centers of Europe, of at least the same significance as Prague, or even higher. Excellent location of Poland and its capital city may be the key aspect, taken into account by the organizers when choosing the place for organization of a meeting or conference. Another advantage is the city's rich history, as well as the fact that Warsaw is growing more beautiful each year. A substantial increase in the supply of meeting space could also contribute greatly to an increase in attractiveness of the city. At present, many organizers declare they are willing to come to Warsaw; they are discouraged, though, by excessive occupancy rates of the largest and the best conference halls in the capital. Many representatives of the meeting industry are of opinion that the development of the city could be stimulated very significantly by creation of a multifunctional congress center, located in the downtown area, which would host the most significant meetings of European or even global significance.

We believe that our report will serve you as a source of useful information, contributing to further dynamic growth of the MICE services market in the capital, because Warsaw is certainly worth becoming one of the key MICE destinations in Europe.

Horwath HTL team:

Janusz Mitulski – Partner

Marcin Stelmach – Consultant

Katarzyna Tencza – Junior Analyst

Dane do badania pozyskane zostały bezpośrednio od hoteli i obiektów konferencyjnych, a udział w badaniu był w wypadku każdego obiektu dobrowolny. Uzyskane informacje zostały przyjęte bez weryfikacji, a ich audyt nie był możliwy ze względu na tajemnicę handlową. Pozyskane dane zostały zagregowane w celu kompleksowego przedstawienia sytuacji w mieście i identyfikacji trendów dla całego rynku.

W badaniu wzięły udział obiekty – reprezentanci wszystkich kategorii obiektów w mieście, czyli hotele (odpowiednio 9 z 69, z których 55 ma sale konferencyjne), centra konferencyjne (4 obiekty) oraz centra targowe i wystawiennicze (2 obiekty), które w sumie odpowiadają za dostarczenie na rynek ok. 35% całej powierzchni konferencyjnej wśród wszystkich obiektów w mieście (odpowiednio 35% wśród hoteli, 44% w obiektach targowych i 10% wśród pozostałych). Próba została dobrana tak, by możliwie dobrze reprezentować całość podaży obiektów konferencyjnych działających w mieście. Informacje zostały udzielone przez osoby zatrudnione w tych obiektach, zwykle zajmujące kierownicze stanowiska w działach sprzedaży i marketingu. Udział w badaniu polegał na wypełnieniu ankiet w formie tabeli, o zorganizowanych w danym obiekcie wydarzeniach MICE w 2010 roku, w ujęciu miesięcznym. Ankietowani podawali dokładne dane ilościowe o liczbie spotkań oraz liczbie uczestników tych wydarzeń, które zwykle standardowo zbierane są przez poszczególne obiekty.

Dodatkowo, wszyscy ankietowani zostali poproszeni o określenie struktury wydarzeń MICE w swoich obiektach ze względu na czas ich trwania, rodzaj, tematykę spotkań, typ i pochodzenie ich organizatorów oraz pochodzenie uczestników. Określenie tych parametrów było konieczne do przeprowadzenia jakościowej analizy rynku wydarzeń MICE w Warszawie, która przedstawiona została w dalszej części raportu.

Research data was collected directly from hotels and conference facilities, and participation in the survey was solely voluntary. The information obtained was used without further verification, and it could not be audited due to the fact that it was subject to confidentiality rules. The data obtained was aggregated for the purpose of complex presentation of the urban situation and identification of overall market trends.

The survey participants were facilities – representatives of all categories of facilities in the city, that is, hotels (9 out of 69, respectively, among which 55 have conference rooms), conference centers (4 facilities) and trade fair and exhibition facilities (2 facilities), which, in total, supply about 35% of total conference space in the city (35% among hotels, 44% among trade fair centers and 10% among the remaining categories, respectively). The sample was selected to ensure the best possible presentation of supply of conference facilities operating in the capital. Information was provided by persons employed at these facilities, usually occupying managerial positions in the sales and marketing departments. Participation in the survey consisted of filling out of questionnaires in table format, concerning MICE events organized month-to-month at a given facility in year 2010. The respondents provided precise data on the number of meetings and the number of participants of these events, which is usually gathered by such facilities.

In addition, all respondents were asked to specify the structure of MICE events for their facilities according to duration, type, topic of the meetings, type and origin of their organizers and participants. It was necessary to determine these parameters in order to conduct a qualitative analysis of the MICE event market in Warsaw, presented further below.

1. Informacje ogólne

Położenie Warszawy na mapie Polski



Źródło: Horwath HTL

Warszawa to największe i najludniejsze polskie miasto, a także stolica kraju oraz stolica województwa mazowieckiego, która po wielu latach zaniedbań dynamicznie się rozwija i aspiruje do miana jednej z czołowych europejskich metropolii w regionie Europy Centralnej. Warszawa jest siedzibą wszystkich najważniejszych władz państwowych, w tym Prezydenta i Rządu Rzeczypospolitej Polskiej, a także Sejmu i Senatu oraz Ministerstw i innych znaczących dla funkcjonowania państwa instytucji (Bank Centralny, Sąd Najwyższy, Giełda Papierów Wartościowych, itd.). Pełni też nadrzędną rolę w stosunku do najbliższego otoczenia - jest siedzibą władz województwa mazowieckiego (wojewoda i marszałek), jest też miastem na prawach powiatu. Warszawa to też najważniejszy ośrodek akademicki w kraju - na 78 stołecznych uczelniach (technicznych, ekonomicznych, medycznych i uniwersytetach) studiuje tu w sumie aż ok. 278 tys. studentów.

Podstawowe informacje o Warszawie

WARSZAWA / WARSAW

Powierzchnia / Surface

Populacja / Population

Gęstość zaludnienie / Population density

Prawa miejskie / Establishment of the city

Prezydent miasta / President of the city

1. General information

Location of Warsaw on the map of Poland



Source: Horwath HTL

Warsaw is the biggest and most populated city in Poland, and a capital of the country, as well as the mazowieckie province, which - after many years of neglect - is now developing dynamically with the aim of becoming one of the leading European metropolitan agglomerations in the central part of the continent. Warsaw is the abode of the key Polish institutions, including the President and the Government of the Republic of Poland, as well as the lower and upper house of the Parliament, the Ministries and other bodies that are of significance for the functioning of the state (the Central Bank, the Supreme Court, the Stock Exchange etc.). It also plays a superior role in the region as the abode of the authorities of mazowieckie province (provincial governor and marshal), and it is a city with county rights. Warsaw is also the most important academic center in the country - there are as many as 278 thousand students attending 78 universities and colleges of the capital (universities of technology and economy, medicine, arts and sciences).

Basic information on Warsaw

517,24 km²

1 720 398

3319/km²

około 1300 r. / about 1300

Hanna Gronkiewicz-Waltz

Źródło: Horwath HTL, na podstawie danych GUS

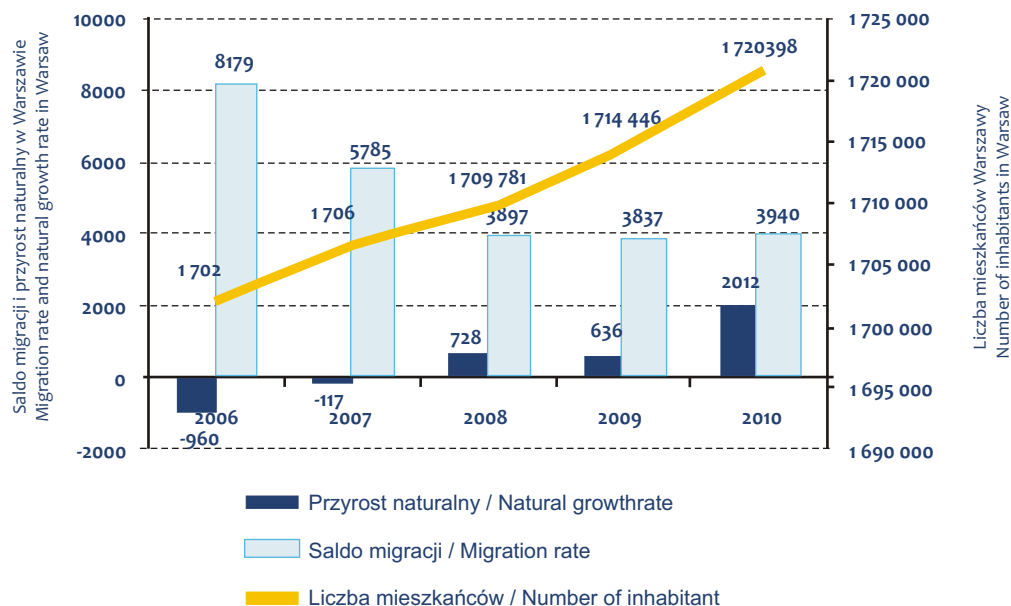
Source: Horwath HTL, based on Central Statistical Office

2. Ludność

2. Population

Zmiany liczby ludności w Warszawie

Changes in the population of Warsaw



Źródło: Horwath HTL, na podstawie danych GUS

Source: Horwath HTL, based on Central Statistical Office

Według oficjalnych danych GUS, w końcu 2010 roku w Warszawie mieszkało 1 720 398 osób, a liczba mieszkańców miasta po raz kolejny wzrosła w stosunku do roku poprzedniego, wpisując się w trwający od wielu lat trend wzrostowy. Wzrost liczby mieszkańców Warszawy powodowany jest głównie przez migracje do miasta ludzi z innych miast Polski, którzy przyjeżdżają tutaj w poszukiwaniu pracy lub na studia, po ukończeniu których rozpoczynają w Warszawie karierę zawodową. Napływ ten w ostatnich latach nieco się zmniejszył, głównie na skutek rozwoju pozostałych regionów Polski, w tym innych dużych miast, w których znacząco zmniejszyło się bezrobocie, a ich mieszkańcy mogą tam znaleźć dobrą pracę i nie decydują się już na migrację. Wzrost liczby ludności stolicy utrzymuje się jednak przez cały czas na zbliżonym poziomie, gdyż w ostatnich latach odnotowuje się coraz większy przyrost naturalny, co należy tłumaczyć poprawieniem się warunków materialnych i życiowych mieszkańców.

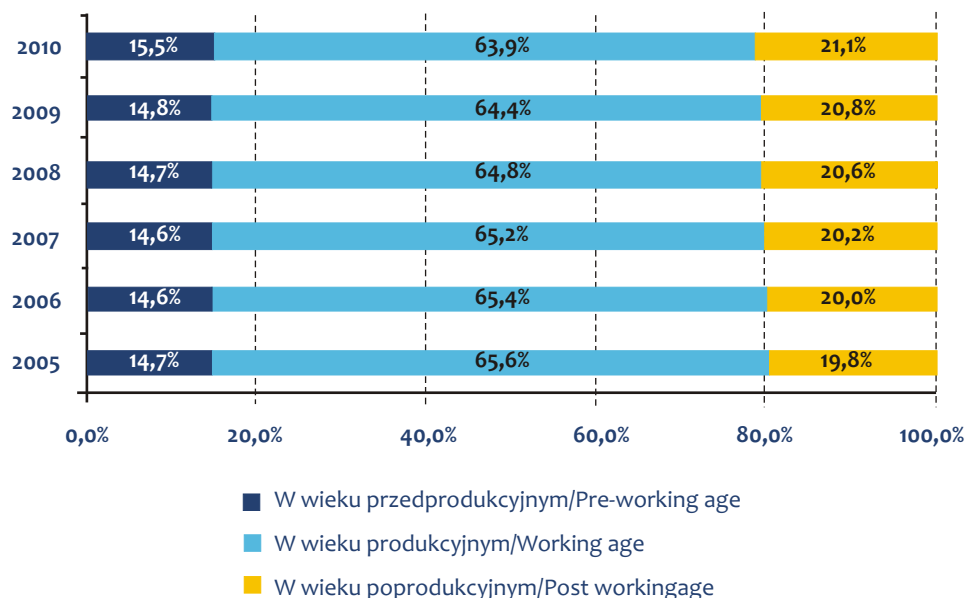
Wiele osób mieszka także w Warszawie bez meldunku (studenci, pracownicy lokalnych firm) lub dojeżdża tu regularnie do pracy z innych miejscowości stołecznej aglomeracji, co sprawia, że w ciągu nocy przebywa tu zwykle ok. 2 milionów osób, a za dnia liczba ta może dochodzić nawet do 2,5 mln. Aglomeracja warszawska - jedno z największych tego typu skupisk miast i miasteczek w kraju - liczy zaś ok. 3 mln mieszkańców.

According to official data of the Central Statistical Office, at the end of year 2010, Warsaw had 1 720 398 inhabitants, and their number had grown yet again in comparison with the previous year, following the trend of growth that has been observed in the city for decades. Increase in the population of Warsaw is mainly due to migration of people from other cities of Poland, who come here searching for jobs or higher education; the latter start their professional career in Warsaw after earning their diploma. This inflow has been somewhat less visible in the recent years, mainly as a result of development of other regions of Poland, including other large cities, which have recorded a drop in the unemployment rates, allowing their inhabitants to find good jobs and abstain from migration. However, the increase in the population size has been steady, since the birth rate has been growing, which can be understood as a result of improvement of the financial situation and standard of living of the inhabitants.

Many of those, who live in Warsaw, have not been officially registered as residents of the city (students, workers of local companies) or their travel to the capital regularly to work from other towns of the agglomeration; as a result, about 2 million people usually stay in the city overnight, while during the day, their number may even reach 2.5 million. The agglomeration of Warsaw - one of the largest agglomerations of cities and towns in the city - has about 3 million inhabitants.

Struktura wiekowa mieszkańców Warszawy na przestrzeni lat

Changes in the age structure of the inhabitants of Warsaw over time



Źródło: Horwath HTL, na podstawie danych GUS

Source: Horwath HTL, based on Central Statistical Office

Chociaż w Warszawie, podobnie jak i w całej Europie, ujawnia się trend „starzenia się” społeczeństwa, to jednak sytuacja demograficzna miasta cały czas może być jeszcze opisywana jako dosyć dobra. Pomimo, że liczba ludzi w wieku poprodukcyjnym ciągle się powiększa, jej udział w strukturze społeczeństwa jest jeszcze stale na relatywnie niskim poziomie. Pozytywną tendencją jest też wzrost udziału osób w wieku przedprodukcyjnym w liczbie mieszkańców miasta. Cały czas należy też pamiętać o praktycznie ciągłym napływie do miasta ludzi przyjeżdżających do pracy i na studia, co zapewnia dobre funkcjonowanie jego gospodarki.

Although the phenomenon of „ageing” of the society is visible in Warsaw, like anywhere in Europe, the demographic situation of the capital city can be still described as good. Although the number of people belonging to the post-working age group is growing, their share in the social structure has remained relatively low. There is also a positive trend of increase in the number of those in the pre-working age group. It is also necessary to keep in mind the constant inflow of people, who come to Warsaw to work and to study, contributing to good functioning of the city’s economy.

3. Gospodarka miasta

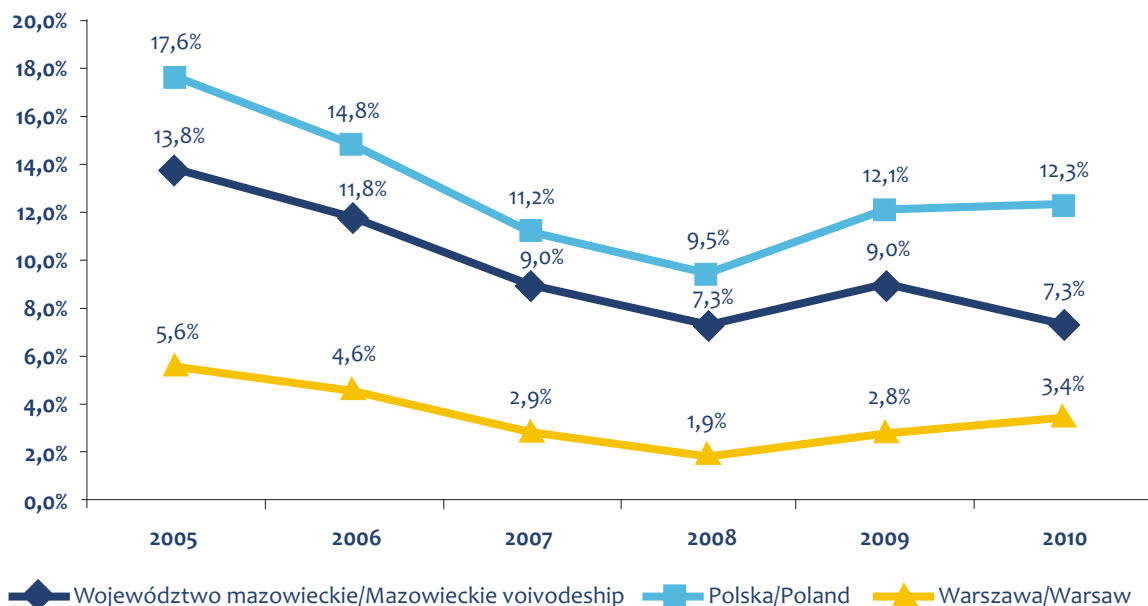
Warszawa to zdecydowanie największy ośrodek gospodarczy w kraju, z jednym z najwyższych poziomów PKB per capita i drugą najwyższą średnią płacą wśród największych ośrodków w Polsce. Wszystkie te wskaźniki plasują Warszawę znacznie powyżej średniej dla polskich miast, jednakże cały czas jeszcze poniżej poziomu zachodnioeuropejskiego. Przeciętne zarobki mieszkańców Warszawy w końcu 2010 roku wynosiły 4694 zł, co jest wynikiem lepszym od średniej w kraju o ponad 1000 zł i lepszym o 200-300 zł niż w wielu innych miastach wojewódzkich (poza Katowicami), a mediana wynagrodzeń w Warszawie przekroczyła 5000 zł.

3. The city economy

Warsaw is certainly the largest economic center in the country, with one of the highest levels of GDP per capita and the second highest wage level among the largest agglomerations in Poland. All of these indicators place Warsaw much above the average values for the Polish cities, which, however, is still lower in comparison with urban centers of Western Europe. The average wages of the inhabitants of Warsaw at the end of year 2010 amounted to PLN 4694, that is more than PLN 1000 higher than the national average and better by some PLN 200 to 300 than many other provincial capitals (except for Katowice), while the median of wages in Warsaw has exceeded PLN 5 000.

Stopa bezrobocia w Warszawie na tle Polski i województwa mazowieckiego

The unemployment rate in Warsaw in comparison with Poland and mazowieckie voivodeship



Źródło: Horwath HTL, na podstawie danych GUS

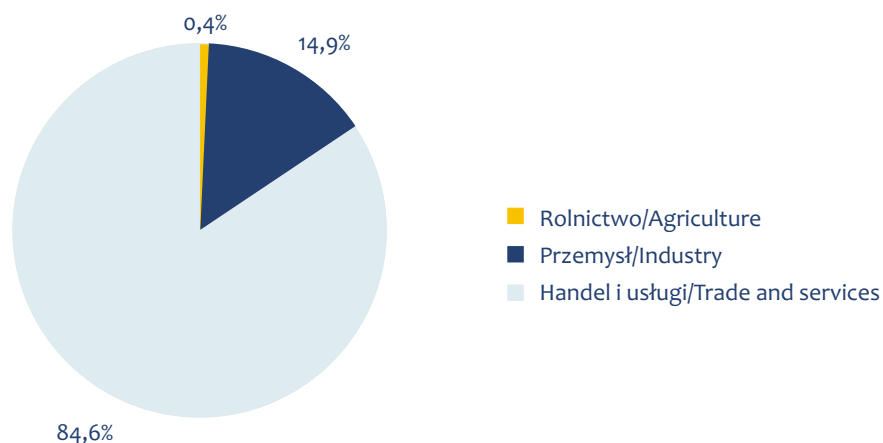
Source: Horwath HTL, based on Central Statistical Office

Poziom bezrobocia w Warszawie jest jednym z najniższych wśród miast Polski i jest znacznie niższy niż na obszarze otaczającego województwa mazowieckiego i przeciętnie w Polsce. Stopa bezrobocia na obecnym poziomie 3,4% wskazuje, że jest to raczej bezrobocie frykcyjne niż strukturalne i wynika z dłuższego poszukiwania lepszej pracy, niż z faktu jej utraty.

The unemployment rate in Warsaw is one of the lowest among the cities of Poland and much lower than in the surrounding area of mazowieckie province, as well as the Polish average. The present level of 3.4% indicates that unemployment is rather frictional and not structural, associated with a longer period of searching for a better job and not with losing a job.

Struktura zatrudnienia mieszkańców Warszawy

Structure of employment of inhabitants of Warsaw



Źródło: Horwath HTL, na podstawie danych GUS

Source: Horwath HTL, based on Central Statistical Office

Struktura zatrudnienia mieszkańców Warszawy jest typowa dla rozwiniętych gospodarczo ośrodków miejskich i wygląda podobnie jak w przypadku miast zachodnioeuropejskich. 84,6% ludności pracuje w tzw. trzecim sektorze gospodarki, czyli usługach i handlu, a jedynie 14,9% w przemyśle. Sytuacja ta wskazuje na wysoki stopień rozwoju miasta, co korzystnie rokuje na przyszłość.

Rozwój gospodarczy miasta jest dynamiczny i koncentruje się na sektorach charakteryzujących się wysoką tzw. wartością dodaną. Struktura zatrudnienia wynika z sytuacji gospodarczej w mieście.

Warszawa jest usługowym centrum kraju i Europy Środkowo-Wschodniej, a działalność przemysłowa w stolicy ma marginalne znaczenie i jest przeniesiona raczej do mniejszych ośrodków aglomeracji warszawskiej, wchodzących w skład Warszawskiego Okręgu Przemysłowego. Wśród firm usługowych znaleźć zaś można różne ich rodzaje, wśród których najważniejszymi pracodawcami są:

- Firmy branży FMCG, posiadające w Warszawie swoje ogólnopolskie, a czasem i regionalne centrale, jak P&G, Unilever, Nestle czy Henkel, które są siedzibą zarządów i nadzorują funkcjonowanie firm w zakresie np. marketingu, sprzedaży, logistyki itp.

- Banki komercyjne, specjalistyczne i inwestycyjne oraz firmy sektora finansowego, w tym:

- ▶ Polskie, znaczna część z których została już przejęta przez kapitał zagraniczny lub ma on w nich znaczące udziały, będące notabene krajowymi częściami światowych koncernów jak ING, Citibank czy Santander.
- ▶ Zagraniczne, które zdecydowały się na inwestycję w Warszawie z uwagi na chęć wejścia na duży polski rynek, w tym banki komercyjne jak i specjalistyczne czy inwestycyjne jak np. HSBC, Morgan Stanley.
- ▶ Światowe fundusze inwestycyjne posiadające polskie oddziały.
- ▶ Firmy ubezpieczeniowe, które mają w Warszawie swoje centrale, jak choćby PZU czy Generali.
- ▶ Pośrednicy finansowi i doradcy inwestycyjni klientów prywatnych i biznesowych.

- Firmy doradcze i świadczące swoje usługi dla biznesu, jak np.:

- ▶ Firmy konsultingowe świadczące swoje wsparcie w zakresie audytu, rachunkowości czy podatków w przedsiębiorstwach.
- ▶ Firmy doradztwa strategicznego.
- ▶ Firmy konsultingowe działające na rynku nieruchomości, pośredniczące w ich wynajmie i sprzedaży oraz doradzające w zakresie ich funkcjonowania.

- Firmy sektora IT:

- ▶ Firmy świadczące usługi konsultingowe w zakresie IT, np. IBM, Accenture.
- ▶ Firmy produkujące oprogramowanie na komputery i telefony komórkowe.

- Media i branża rozrywkowa:

- ▶ Wszystkie ogólnopolskie telewizje mają swoją siedzibę w Warszawie (TVN, Polsat, Telewizja Publiczna).
- ▶ Ogólnopolskie stacje radiowe (np. Polskie Radio, Radio Zet, Radio Eska).
- ▶ Portale internetowe, ogólnokrajowe gazety (dzienniki, tygodniki) itd.

The structure of employment of the inhabitants of Warsaw is typical for well developed urban centers and similar to that of the cities of Western Europe. 84.6% of the population is employed by the so-called third sector of economy, that is, services and trade, and only 14.9% - by industry. This suggests a high level of development of the city, as well as a positive forecast for the future.

The city growth has been dynamic, mainly in sectors characterized by high added value. The structure of employment is determined by the economic condition of the city.

Warsaw is the center of services for both the country and Central and Eastern Europe, while industrial activity in the capital is of marginal significance, having been transferred mostly to the smaller cities and towns of the Industrial District of Warsaw. Among service companies, there are various types, including the following key employers:

- FMCG trade companies, having their nationwide or sometimes even regional head offices in Warsaw, including P&G, Unilever, Nestle or Henkel, which are home to management boards and supervise the functioning of companies e.g. in the field of marketing, sales, logistics, etc.

- Commercial, specialist and investment banks and companies of the financial sector, including:

- ▶ Polish companies – most of these has been taken over wholly or in large parts by foreign capital, which are the domestic branches of global corporations, such as ING, Citibank or Santander.
- ▶ Foreign banks, which decided to invest in Warsaw to enter the large Polish market, including commercial, specialist and investment banks, such as HSBC, Morgan Stanley.
- ▶ Global investment funds having their branches in Poland.
- ▶ Insurance companies having their head offices in Warsaw, such as PZU or Generali.
- ▶ Financial agents and investment advisors for private customers and business clients.

- Consulting and B2B companies, such as:

- ▶ Consulting companies, providing support in terms of audit, accounting or taxation for companies.
- ▶ Strategic consulting companies.
- ▶ Consulting companies operating on the real estate market, serving as agents for lease and sale and providing consulting services in terms of functioning.

- IT sector companies:

- ▶ Companies rendering consulting IT services, such as IBM, Accenture.
- ▶ Manufacturers of computer and cell phone software.

- Media and entertainment:

- ▶ Head offices of all nationwide TV stations are located in Warsaw (TVN, Polsat, Public Television).
- ▶ Nationwide radio stations (e.g. Polish Radio, Radio Zet, Radio Eska).
- ▶ Web portals, nationwide newspapers (dailies, weeklies) etc.

■ Handel, w tym:

- ▶ Centrale sieci sklepów na Polskę, poszczególnych marek (np. Adidas, Nike, Levi's) czy sieci handlowych (np. Auchan, Carrefour).
- ▶ Galerie handlowe.

Duża część mieszkańców Warszawy jest także samozatrudniona w małych sklepach czy punktach usługowych, których jest bardzo dużo w całej stolicy, a także jako niezależni wykonawcy różnych robót, np. budowlanych i wykończeniowych.

■ Trade including:

- ▶ Head offices of shop chains in Poland, representing various brands (e.g. Adidas, Nike, Levi's) or supermarket chains (e.g. Auchan, Carrefour).
- ▶ Shopping galleries.

Many inhabitants of Warsaw are also self-employed, running small shops or service outlets, which are very numerous in the capital city, as well as playing the role of independent contractors for various works, such as building and finishing works.

4. Planowany rozwój społeczny i ekonomiczny

Z dużą dozą pewności można przyjąć, że Warszawa w dalszym ciągu będzie się rozwijać tak dynamicznie jak do tej pory oraz w podobny sposób, czyli poprzez inwestycje największych zagranicznych koncernów. Według raportu PwC ze stycznia 2011 roku, Warszawa jest najatrakcyjniejszym miastem dla inwestorów w Polsce oraz pod wieloma względami jest lepsza od innych stolic europejskich. W 2010 roku zagraniczne fundusze zainwestowały w Polsce prawie 1,8 mld euro, kupując biurowce czy galerie handlowe – aż 60% tej kwoty przypadło na nieruchomości w Warszawie. To więcej, niż zainwestowano na całych Węgrzech, w Czechach i Rumunii razem wziętych. Ratusz przeznacza zaś na inwestycje miejskie w 2011 roku niebagatelną kwotę 0,87 mld euro.

Warszawa w najbliższym czasie przeżywać będzie bardzo dynamiczny rozwój, o podobnej skali jak przed światowym kryzysem gospodarczym. Warszawa jest przyjaznym miastem zarówno dla inwestorów, jak i mieszkańców. W tym największym mieście w kraju o powierzchni 517 km², ponad 1/4 stanowią tereny zielone i tyle samo zajmuje też zabudowa mieszkaniowa. Pozostałe tereny to obszary przeznaczone na usługi, funkcje techniczne, produkcyjno-usługowe i użytki rolne. Dzięki temu Warszawa jako jedyna ze stolic europejskich posiada niezwykle dobre perspektywy kształtowania pożądanej struktury funkcjonalno-przestrzennej miasta ze względu na obecność terenów kwalifikujących się do przekształceń i uzupełnień oraz dostępność obszarów niezabudowanych. Nowe tereny do zabudowy poza strefą zurbanizowaną wynoszą ok. 100 km².

Warszawa jest najlepiej rozwiniętym ośrodkiem miejskim w kraju. To centrum polityczne, gospodarcze i kulturalne Polski, miasto, które konkuruje z innymi stolicami europejskimi pozostawiając inne polskie miasta daleko w tyle. Warszawa jest doskonałym przykładem wielkiego sukcesu Polski w przyciąganiu bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ). Wg FDI Markets do listopada 2010 roku w Warszawie zainwestowano ponad 931 mln euro w inwestycje typu greenfield, podczas gdy rok poprzedni zakończył się bilansem 775 mln euro. Pod względem wartości BIZ, Warszawa zostawia w tyle inne europejskie stolicy, np. Berlin, którego wartość BIZ w analogicznym okresie 2010 roku wynosiła jedynie 230 mln euro.

4. Planned social and economic growth

It can be stated rather firmly that Warsaw will continue to develop dynamically, following similar trends, that is, through investments of the largest foreign corporations. According to the report of PwC of January 2011, Warsaw is the most attractive capital city for investors in Poland, and, in many respects, it is better than other European capitals. In year 2010, foreign funds invested as much as almost EUR 1.8 billion in Warsaw, purchasing office buildings and shopping galleries – as much as 60% of this amount was associated with real estate in Warsaw. The amount exceeds the total funds invested in Hungary, the Czech Republic and Romania combined. The municipal office is to spend as much as EUR 0.87 billion for urban investment projects in year 2011.

In the near future, Warsaw will experience very dynamical development of a scale similar as before the global economic crisis. Warsaw is friendly both for investors and its inhabitants. In this city, which is the largest in Poland with the area of 517 km², green areas constitute more than 1/4, and the same percentage is occupied by housing settlements. The remaining area is designated for services, technical functions, production and services and agricultural land. Thanks to this configuration, Warsaw is the only European capital city with very good perspectives for shaping of a desirable functional and spatial urban structure thanks to the presence of land available for restructuring and development, as well as availability of non-developed areas. New land for development outside the urbanized zone has the area of about 100 km².

Warsaw is the most developed urban center in the country. As the political, economic and cultural center of Poland, the city, which is able to compete with other European capitals, leaves other cities of the country far behind. Warsaw is a brilliant example of the great success of Poland in attracting direct foreign investment (FDI). According to FDI Markets, until November 2010, more than EUR 931 million was invested in Warsaw in greenfield type projects, while the previous year ended with the balance of EUR 775 million. As for the FDI value, Warsaw outstrips other European capital cities, such as Berlin, where the FDI value in the analogical period amounted only to EUR 230 million.

W ostatniej edycji corocznego raportu European Cities Monitor (ECM) firmy Cushman & Wakefield Warszawa zajęła 1-sze miejsce w rankingu najniższych kosztów pracy, pokonując Bratysławę, Lizbonę czy Pragę. Wysoką 3-cią pozycję zajęła też w zestawieniu oceniającym warunki, jakie tworzy rząd dla działania i rozwoju biznesu. Na tej liście Warszawa wyprzedziła takie miasta jak Amsterdam, Berlin czy Budapeszt. Zwieńczeniem omawianego raportu jest ranking miast, w których inwestorzy będą inwestować w ciągu najbliższych 5 lat najchętniej, w którym stolica Polski uplasowała się na wysokim 2-gim miejscu, ustępując tylko Moskwie. Warto zaznaczyć, że raport ECM jest tworzony na podstawie ankiety przeprowadzonej wśród 500 przedstawicieli europejskich koncernów.

W rankingu perspektyw inwestycyjnych sporządzonym przez PwC i Urban Land Institute z lutego 2011 roku, Warszawa zajęła 10. miejsce. To awans o trzy pozycje w stosunku do roku poprzedniego. W tyle zostali Praga (17. miejsce) i Budapeszt (25. miejsce). Według ankietowanych, czyli: deweloperów, instytucji finansowych i firm zarządzających nieruchomościami, stolica Polski charakteryzuje się wysokim stopniem dostosowania zasobów nieruchomości do potrzeb rynku.

Wszystkie powyższe rankingi pokazują, że potencjał miasta, zwłaszcza biznesowy, dostrzegany jest na arenie międzynarodowej i już w najbliższym czasie należy spodziewać się kolejnych, nowych inwestycji, zwłaszcza w sektorze usług. Warszawa przez cały czas dynamicznie się rozwija, a wspomniany wcześniej kryzys gospodarczy zatrzymał ten rozwój tylko na chwilę. Najważniejsze dla rozwoju gospodarki Warszawy są powierzchnie biurowe, które już obecnie są drogie jak na polskie warunki, ale ciągle tanie w skali Europy.

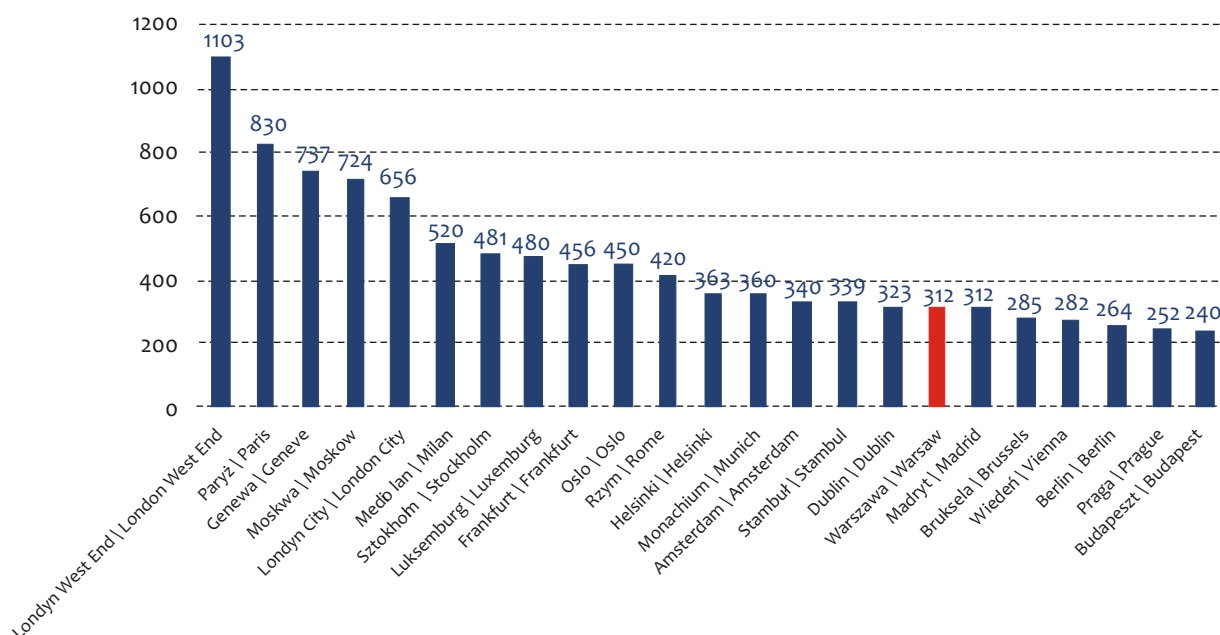
In the last edition of the annual report of the European Cities Monitor (ECM), Warsaw occupied the first place in the ranking of the lowest labor costs, outpacing Bratislava, Lisbon or Prague. It occupied the high 3rd position in the ranking of favorable business conditions, provided by the government. On this list, Warsaw outstripped such cities as Amsterdam, Berlin or Budapest. Finally, the report quotes the ranking of cities, which will be most attractive to investors in the next five years - the capital city of Poland occupied the high 2nd position, falling only behind Moscow. It is worth noting that the ECM report is prepared on the basis of a questionnaire, distributed among 500 representatives of European corporations.

In the investment perspective ranking, prepared by PwC and the Urban Land Institute in February 2011, Warsaw occupied the 10th position, jumping three places up in comparison with the previous year. It outstripped Prague (17th position) and Budapest (25th position). According to respondents, among whom there were developers, financial institutions and real estate management companies, the capital city of Poland is characterized by a high level of adaptation of real estate resources to the market needs.

All of the above rankings show that the potential of the city, particularly in terms of business, has been recognized internationally, and new investment projects should emerge soon, particularly in the sector of services. Warsaw has been developing dynamically, and the economic crisis, mentioned earlier, stopped this development only for a short while. Of key importance for development of economy in Warsaw is office space, which at present is very expensive in Poland, but not that much on the European scale.

Ceny wynajmu powierzchni biurowej w wybranych miastach Europy w Q2 2011 roku (w euro za m² za rok)

Office space rent prices in selected cities of Europe in Q2 of year 2011 (in EUR/m² per year)



Warszawa oferuje około 3,46 mln m² nowoczesnej powierzchni biurowej. W ostatnich latach odnotowano znaczące wzrosty powierzchni biurowej, która bardzo szybko była wynajmowana. Z poniższej tabeli wynika, że w przeciągu ostatnich 3 lat na rynek warszawski trafiło ok. 1 mln m² powierzchni biurowej, co świadczy o znaczącym rozwoju gospodarczym stolicy.

Warsaw offers about 3,46 million m² of modern office space. In the recent years, a substantial increase has been recorded, and office space was leased very quickly. The table below shows that in the last 3 years, about 1 million square meters of office space entered the market of Warsaw, which proves the quick pace of economic development of the capital city.

Zmiany podaży powierzchni biurowej w Warszawie

Changes in the supply of office space in Warsaw

LATA / YEARS	ŁĄCZNA PODAŻ W M ² / TOTAL SUPPLY M ²	ZMIANA W % / CHANGE IN %
Q 3 2007	2 690 704	-
2008	2 982 000	10,83%
2009	3 248 200	8,93%
2010	3 443 200	6,00%
Q 1 2011	3 460 000	0,49%

Źródło: Horwath HTL, na podstawie informacji prasowych

Source: Horwath HTL, on the basis of press information

Ocenia się, że w nadchodzących latach tempo wzrostu ilości powierzchni biurowej będzie podobne jak poprzednio, a najbardziej dynamicznie rozwijającymi się częściami miasta będzie Mokotów i nowa dzielnica biznesowa tzw. Służewiec Przemysłowy oraz Śródmieście, gdyż w centrum ciągle jest miejsce na nowe biurowce w prestiżowych lokalizacjach. Władze Warszawy i jej mieszkańcy nie chcą ponadto, by ich miasto postrzegane było tylko i wyłącznie jako destynacja stricte biznesowa. Wymienionym stronom zależy też na tym, by Warszawa była miastem przyjaznym do codziennego życia oraz atrakcyjnym dla turystów – zarówno wypoczynkowych jak i biznesowych, przyjeżdżających na spotkania i wydarzenia MICE. W tym celu realizowanych jest wiele inwestycji publicznych. W Wieloletniej Prognozie Finansowej Miasta Stołecznego Warszawy na lata 2011 – 2033, długoletnim dokumencie strategicznym niezbędnym do zaprogramowania i ustalenia możliwości inwestycyjnych w kontekście efektywnego zarządzania - przewidziano zagregowane nakłady inwestycyjne na lata 2011 – 2015 wynoszące 9,3 mld zł. Program inwestycyjny zostanie wsparty środkami uzyskiwanymi ze sprzedaży majątku oraz prywatyzacji (2,3 mld zł w latach 2011 – 2015).

W Budżecie Miasta Stołecznego Warszawy na 2011 rok zaplanowano przeznaczenie kwoty 3,6 mld zł na inwestycje. Wśród najważniejszych inwestycji miejskich znajdzie się wiele związanych z transportem i komunikacją oraz kulturą i szeroko rozumianą przestrzenią społeczną, których celem jest poprawienie jakości życia w stolicy oraz podniesienie jego atrakcyjności, w tym dzielnic i części miasta, które do tej pory nie były uznawane za atrakcyjne turystycznie.

5. Wizerunek miasta

Wizerunek Warszawy przez cały czas poprawia się, zarówno w oczach Polaków jak i obcokrajowców. Stolica Polski dynamicznie się rozwija i udało się jej zerwać z dawnym wizerunkiem miasta komunistycznego, które obecnie postrzegane jest jako jeden z najważniejszych ośrodków Europy Środkowo-Wschodniej.

It has been estimated that in the coming years, the pace of increase in the supply of office space will be maintained, and the most dynamically developing parts of the city will be Mokotów and the new business district – the so-called Służewiec Przemysłowy and Śródmieście, since in the downtown area, there is still space for new office buildings in prestigious locations. Moreover, the authorities of Warsaw and its inhabitants do not want the city to be perceived as a strictly business destination. They want Warsaw to become a comfortable city to live in and attractive for tourists – coming to the city both for recreation and business purposes, attending meetings and MICE events. Many public investments are being carried out to attain this goal. The Long-Term Financial Forecast for the Capital City of Warsaw for years 2011-2033, the long-term perspective strategic document necessary to program and define the investment capabilities in the context of effective management – provides for aggregated investment expenditures for years 2011 – 2015, amounting to PLN 9.3 billion. The investment programme is to be supported by the funds obtained from sale of property and privatization (PLN 2.3 billion in years 2011-2015).

In the budget of the Capital City of Warsaw for year 2011, PLN 3.6 billion is to be designated for investment. The key urban investment projects will include many associated with transport, culture and the broadly understood social space – these will be aimed at improving the quality of life in the capital city and raising its attractiveness, including those districts and areas, which have not been considered tourist attractions.

5. Image of the city

The image of Warsaw has been improving among the Poles, as well as the foreigners. The capital of Poland has been developing dynamically and it has managed to leave behind the image of a typical post-communist city: it is now perceived as one of the most significant urban centers of Central and Eastern Europe.

Stolica Polski jest obecnie jednym z najprężniej rozwijających się ośrodków miejskich w Polsce i w Europie. Jej dawny negatywny wizerunek jako miasta brzydkiego był wynikiem wydarzeń historycznych (Warszawa została prawie doszczętnie zburzona w czasie II Wojny Światowej) oraz późniejszych rządów komunistów, lecz miasto dziś nie ma z nim niemal nic wspólnego. Przez zniszczenia wojenne Warszawa pozbawiona została praktycznie wszystkich swoich zabytków – obecne „historyczne” miejsca jak Plac Zamkowy czy Zamek Królewski w rzeczywistości zostały odbudowane niedługo po wojnie „z obrazka”, gdyż nie zachowało się wiele planów architektonicznych, co doceniane jest przez wielu turystów jako zdumiewający efekt wysiłków narodu polskiego.

Po obaleniu ustroju socjalistycznego stolica zaczęła się zmieniać i stawać ładnym i atrakcyjnym miastem, zarówno dzięki inwestycjom władz miasta w modernizację i przebudowę centrum oraz budowę obiektów ważnych dla jego wizerunku, jak również inwestycjom prywatnym, w tym głównie budowę drapaczy chmur – wielopiętrowych biurowców w centrum, jak i osiedli mieszkalnych nowego typu. Poprawiono też przestrzenie wspólne stolicy – odrestaurowano lub zmodernizowano najważniejsze ulice (np. Nowy Świat i Krakowskie Przedmieście), parki (np. Łazienki, Pole Mokotowskie) czy budowle pożytku publicznego (Urzędy, Sądy itd.). Wszystkie te zmiany, które zachodziły na przełomie XX i XXI wieku, a szczególnie intensywnie w okresie ostatnich kilku lat, sprawiły, że stereotypowe wyobrażenie o Warszawie jako brzydkim mieście przestało mieć rację bytu.

Zmienia się także obraz Warszawy za granicą. Obecnie już nie tylko Niemcy i mieszkańcy krajów Europy Środkowej ale też i obywatele wielu innych państw świata mają swoje wyobrażenie o Warszawie. Jest to efektem nasilonej ostatnio promocji, która jest wynikiem połączonych działań władz miasta oraz innych prywatnych i publicznych instytucji, które angażują się w przeróżne akcje reklamujące stolicę Polski w świecie i odnoszą liczne sukcesy w zachęcaniu nowych ludzi do przyjazdu.

Największy wpływ na postrzeganie stolicy Polski jako nowoczesnego i ciekawego miasta ma coraz większa mobilność ludzi; z jednej strony Polaków, którzy wyjeżdżają za granicę i opowiadają o Polsce swoim zagranicznym znajomym, a z drugiej strony cudzoziemców, którzy znudzeni tradycyjnymi destynacjami, a kuszeni ofertą tanich linii lotniczych i niskim poziomem cen w Polsce decydują się na przyjazd do Warszawy. Nie bez znaczenia są też działania promocyjne Urzędu Miasta i jego komórek jak np. Warsaw Convention Bureau, czy niezależnych organizacji promujących stolicę. Tworzone są też liczne akcje promocyjne, kampanie reklamowe w mediach, których przykładem może być kampania „Zakochaj się w Warszawie”, która była prowadzona zarówno w Polsce jak i za granicą. Stolica Polski jest też intensywnie promowana na targach i wydarzeniach branżowych, jak np. największe na świecie targi turystyczne ITB w Berlinie, IMEX we Frankfurcie czy EIBTM w Barcelonie.

Znaczącą okazją do promocji miasta i całego kraju będą najbliższe lata, kiedy to w Warszawie będą mieć miejsce bardzo znaczące wydarzenia. Prezydencja Polski w UE w drugiej połowie 2011 roku będzie znakomitą okazją do promocji miasta wśród zagranicznych oficjeli i gości biznesowych, zaś UEFA Euro 2012™ w czerwcu przyszłego roku przyciągnie wielu turystów i kibiców. Te największe, jak i inne mniejsze wydarzenia, będą znakomitą okazją dla stolicy do „pokazania się” na arenie międzynarodowej. Wszyscy liczą, że potem rozpocznie się moda na Polskę, a Warszawa stanie się popularna nie tylko wśród ludzi biznesu, ale też wśród indywidualnych turystów.

The capital city of Poland is nowadays one of the most dynamically growing urban centers of Poland and Europe. Its former, negative image as an ugly city results from historic events (Warsaw was almost completely destroyed during the second world war) and the subsequent communist rule, however nowadays the city has nothing in common with this image. During the war Warsaw was stripped practically of all of its monuments – the present „historic” places, such as the Castle Square or the Royal Castle were, in fact, reconstructed after the war basing on pictures, since not too many architectural plans had survived; this fact has been appreciated by many tourists as an astonishing proof of capabilities of the Polish nation.

In fact, only after the collapse of the social system, the capital started to change to become a nice, attractive city thanks to investment projects carried out by the municipal authorities to modernize and reconstruct the downtown area and to construct facilities that are significant for the city image, as well as private investments, mainly in form of skyscrapers – multi-floor office buildings in the downtown area, as well as housing settlements of the new type. The city shared space has also been improved – the most significant streets (such as Nowy Świat and Krakowskie Przedmieście) have been renowned or modernized, as well as parks (e.g. the Royal Baths, Pole Mokotowskie) or public utility buildings (offices, courts etc.). All those changes, which took place on the verge of the 21st century and have been particularly intense in the recent years, have proven that the stereotype image of Warsaw as an ugly city is no longer justified.

The image of Warsaw abroad is also changing. Not only Germans and inhabitants of Central Europe, but virtually all foreigners have shaped a certain view of Warsaw. This is thanks to the recent intense promotional activity, which is a result of joined efforts of the city authorities, public and private institutions, engaging in various actions to advertise the capital of Poland all over the world, successfully convincing new visitors to come to the city.

The view of the capital of Poland as a modern, interesting city is influenced by the growing mobility of people, on one hand – the Poles, who go abroad and tell their foreign friends and acquaintances about Poland, and on the other hand – the foreigners, who, bored by the traditional destinations and attracted by the offer of budget carriers and the low level of prices in Poland decide to visit Warsaw. Another significant aspect is that of promotional activity, carried out by the Municipal Office and its units, including e.g. the Warsaw Convention Bureau or independent organizations promoting the capital city. There are many promotional campaigns in the media as well, like the recent campaign „Fall in love with Warsaw”, which was conducted both in Poland and abroad. The capital city is also subject to intense promotion during trade fairs and events, such as the largest tourist trade fair ITB in Berlin, IMEX in Frankfurt or EIBTM in Barcelona.

A very good opportunity for promotion of Warsaw and Poland will emerge in the coming years, as events of key importance are to take place in Warsaw. The Polish presidency of the Council of the EU in the second half of year 2011 will offer a great occasion to promote the city among the foreign officials and business guests, and the UEFA Euro 2012™ in June of 2012 will attract many tourists and sports fans. These major and minor events offer a great opportunity to “show” Warsaw in Poland and abroad. Everyone hopes that this would result in Poland becoming a fashionable destination, and Warsaw would become popular not only among businesspeople, but also individual tourists.

Warszawa jest położona w centralnej Polsce, a przez to znajduje się na trasie praktycznie wszystkich najważniejszych zarówno krajowych, jak i przechodzących przez Polskę międzynarodowych połączeń lądowych, drogowych i kolejowych. Już wkrótce, po ukończeniu wszystkich prowadzonych lub planowanych inwestycji, Warszawa będzie jednym z najdogodniej położonych miast w Europie, w którym symbolicznie spotykać się będą wschód i zachód kontynentu.

Warsaw is located in central Poland; due to its role, it has been placed along the main domestic routes; in the near future, it will be included in the nationwide and international network of express roads / railroads. Soon, upon completion of the investment projects, which are underway or are about to be commenced, Warsaw will become one of the best geographical locations among all cities of Europe – at the symbolic intersection, where the eastern and the western part of the continent will meet.

1. Transport lotniczy

W obecnych czasach transport lotniczy odgrywa coraz ważniejszą rolę dla rozwoju miasta i jest absolutnie kluczowy dla organizatorów międzynarodowych wydarzeń MICE. Pod tym względem Warszawa jest najlepiej skomunikowanym miastem w kraju, które dysponuje największym w Polsce lotniskiem – Międzynarodowym Portem Lotniczym im. Fryderyka Chopina z największą liczbą oferowanych połączeń, odprawiającym największą liczbę pasażerów w kraju.

Polskie porty lotnicze wg liczby pasażerów w latach 2006-2010 (dane w tysiącach)

PORT LOTNICZY / AIRPORT	2006	2007	2008	2009	2010	Zmiana / Change 2010/2009	Udział / Share 2010
WARSZAWA - OKĘCIE	8 101	9 268	9 436	8 282	8 666	5%	42%
Kraków - Balice	2 367	3 042	2 895	2 661	2 839	7%	14%
Katowice - Pyrzowice	1 458	1 962	2 406	2 301	2 366	3%	12%
Gdańsk - Rębiechowo	1 249	1 708	1 951	1 891	2 210	17%	11%
Wrocław - Strachowice	865	1 267	1 480	1 324	1 598	21%	8%
Poznań - Ławica	670	863	1 255	1 249	1 384	11%	7%
Rzeszów - Jasionka	206	274	321	381	451	18%	2%
Łódź - Lublinek	216	312	341	312	413	32%	2%
Szczecin - Goleniów	176	228	298	277	268	-3%	1%
Bydgoszcz - Szwederowo	133	182	264	265	266	0%	1%
RAZEM / IN TOTAL	15449	19 112	20 652	18 946	20 469	8%	100%

Źródło: Urząd Lotnictwa Cywilnego

Lotnisko Chopina w Warszawie od zawsze jest największym lotniskiem w kraju i obsługuje największą liczbę pasażerów. Z roku na rok rośnie też liczba pasażerów korzystających z portu lotniczego, choć nieco wolniej niż cały rynek lotniczych przewozów pasażerskich w kraju - spowodowane jest to dynamicznym rozwojem regionalnych lotnisk w całym kraju, które jednak nie mogą równać się z Warszawą. Lotnisko Chopina, tak jak i cały rynek, powoli odbudowuje się też po światowym kryzysie i gwałtownym spadku liczby obsługiwanych pasażerów w roku 2009. Rok 2010 oraz pierwsza połowa roku 2011 przyniosły już wzrosty w stosunku do roku poprzedniego o odpowiednio 5% i 9%. Według najnowszych szacunków istnieje szansa, że rok 2011 zakończy się wynikiem na poziomie z lat 2007 i 2008.

1. Air transport

Nowadays, air transport is playing an increasingly significant role in urban development and it is of key significance for the organizers of international MICE events. In this regard, Warsaw is in a better situation than any other city in the country thanks to the largest airport in Poland - Frederic Chopin International Airport, offering the largest number of connections and serving the largest number of passengers.

Polish airports according to number of passengers in years 2006-2010 (data in thousands)

Source: Office for Civil Aviation

Chopin Airport in Warsaw has always been the largest in the country, serving the greatest number of passenger. The number of passengers using air transport has been growing year to year, although the increase has been slower than the overall market of passenger flights in the country, which is due to dynamic development of regional airports in the country; these, however, cannot be compared to Warsaw. Chopin Airport, like the entire market, is slowly recovering after the global crisis and a sudden drop in the number of passengers in year 2009. Year 2010 and the first half of year 2011 have brought an increase in comparison with the previous year by 5% and 9%, respectively. According to the most recent estimates, there is a chance that year 2011 will end with a result similar to that attained in years 2007 and 2008.

LINIE LOTNICZE AIRLINES	OBSŁUGIWANE KIERUNKI DESTINATIONS	PASAŻEROWIE 2010 PASANGERS 2010	NAJWIĘKSZY PRZEWÓZNIK THE BIGGEST CARRIER
32	ok. 100	8,66 mln	PLL LOT

W początku 2011 roku z portu lotniczego korzystały 32 linie lotnicze obsługujące ok. 100 regularnych połączeń krajowych i międzynarodowych, do krajów Europy, Azji, Afryki i Ameryki Południowej oraz czartery. Szansy dla dalszego rozwoju lotniska upatruje się obecnie w rozwoju połączeń międzykontynentalnych, a szczególnie intensyfikacji kontaktów z Azją. Lotnisko położone jest w granicach miasta, przez co dojazd do centrum zajmuje zwykle nie więcej niż 30 minut, nawet w godzinach szczytu. Od 2012 roku połączenie z centrum zapewni też szybki pociąg.

Kolejną szansą dla rozwoju transportu powietrznego w Warszawie jest budowa nowego portu lotniczego w Modlinie, ok. 40 km od miasta. Lotnisko to, które zgodnie z zapowiedziami ma zostać oddane do użytku w II połowie 2012 roku, służyć będzie głównie tanim liniom lotniczym, dla których korzystanie z lotniska na Okęcie jest zbyt kosztowne. Chęć utworzenia tam swojej bazy zadeklarował już RyanAir, który do tej pory nie obsługiwał lotów do Warszawy.

W związku z brakiem możliwości dalszej znaczącej modernizacji lotniska na Okęcie, rozważana jest także budowa drugiego lotniska dla Warszawy, zwanego Centralnym Portem Lotniczym. Jego lokalizacja nie jest jeszcze znana, ale za najbardziej prawdopodobne uważa się miejscowości w połowie drogi między Warszawą a Łodzią, jak na przykład Mszczonów. Lotnisko to byłoby największym portem lotniczym w kraju obsługującym połączenia krajowe i międzynarodowe, w tym międzykontynentalne, a jego przepustowość ocenia się na min. 20 milionów pasażerów.

In the early 2011, the airport served 32 airlines, providing about 100 regular domestic and international connections to the countries of Europe, Asia, Africa and South America, as well as charter flights. Chances for future growth of the airport are now perceived in development of intercontinental flights, mainly due to intensification of contacts with Asia. The airport is located within the city boundaries, and the downtown area can usually be reached within 30 minutes, even during the peak traffic hours. Starting from 2012, a fast train connection will also be available.

Another opportunity for development of air transport in Warsaw is construction of the new airport in Modlin, about 40 km from the city. The airport, which is to be commissioned in the second half of year 2012, will serve mainly low cost carriers, for which the Chopin Airport is too expensive. RyanAir, which has not offered flights to Warsaw so far, has already declared its interest in establishment of its base there.

Due to lack of possibility of substantial modernization of Okęcie Airport, a concept has emerged of construction of another airport for Warsaw the Central Airport. Its location has not been established yet; most probably, it will be located midway between Warsaw and Łódź, e.g. in Mszczonów. The airport would be the largest in the country, serving domestic and international flights, including intercontinental connections, and its capacity has been estimated to reach about 20 million passengers.

Lokalizacja obecnych i planowanych lotnisk w Warszawie i jej okolicach

Location of existing and planned airports in Warsaw and the vicinity

- Lotnisko Chopina w Warszawie
- Port Lotniczy Modlin
- Centralny Port Lotniczy - Mszczonów (planowany)



2. Koleje

Warszawa jest najważniejszym punktem na kolejowej mapie Polski i znajduje się na trasie praktycznie wszystkich pociągów najwyższej klasy - Intercity. Obecnie wszystkie największe miasta kraju, a także wiele pomniejszych miejscowości, ma zapewnione połączenie kolejowe ze stolicą. Różne połączenia obsługują składy kolejowe różnych klas. Prócz tego, pociągi z Warszawy kursują do miast zagranicznych takich jak Praga, Bratysława, Wiedeń, Budapeszt, Mińsk, Moskwa, Berlin czy Amsterdam.

Obecnie podróż koleją do Warszawy z głównych miast kraju trwa dość długo w porównaniu do standardów europejskich, co wynika zarówno z braków w infrastrukturze, jak i licznych remontów, które mają te braki zniwelować. Polskie koleje zakupiły też super szybkie pociągi Pendolino, które od 2014 roku zaczną kursować na trasie Kraków (Katowice)-Warszawa-Gdańsk.

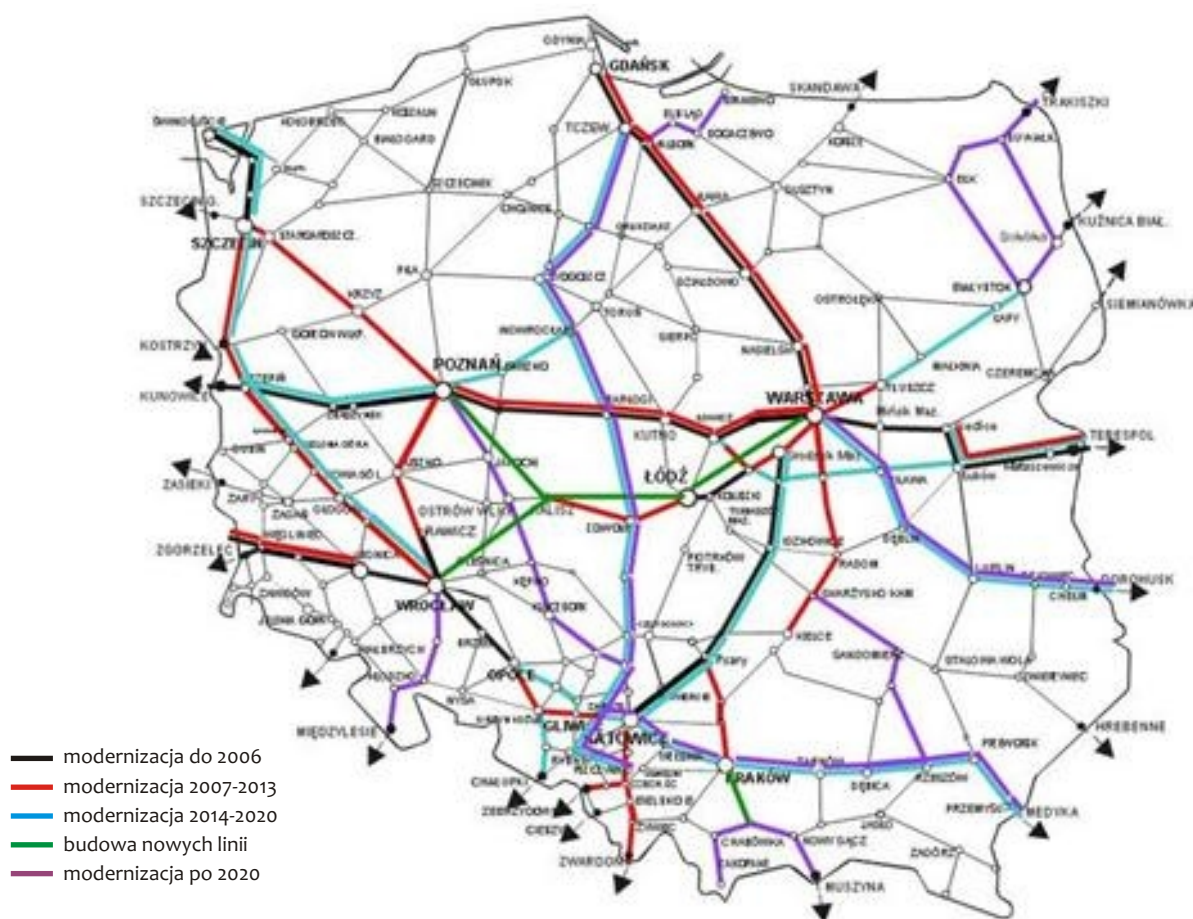
2. Railway

Warsaw is the most significant point on the railway map of Poland, located along the route of virtually all of the highest class Intercity trains. At present, all of the largest cities in the country, as well as many minor cities and towns, are connected with the capital city by railway. Transport along various routes is provided by various classes of rolling stock. Moreover, trains from Warsaw travel to cities abroad, such as Prague, Bratislava, Vienna, Budapest, Minsk, Moscow, Berlin or Amsterdam.

At present, traveling by train to Warsaw from the key urban centers of the country takes rather long in comparison with the European standards, which is due to insufficient infrastructure, as well as numerous ongoing renovations, which are to eliminate the associated problems. The Polish Railways have also purchased the high speed Pendolino trains; starting from year 2014, these are to travel along the route Cracow (Katowice)-Warsaw-Gdansk.

Planowana sieć połączeń kolejowych w Polsce

The planned network of railway connections in Poland



Źródło: PKP PLK

Source: PKP PLK

Prócz remontów planuje się też budowę nowych linii kolejowych, które połączą Warszawę z innymi miastami Polski i umożliwią podróżowanie koleją z prędkością 300 km/h. Pierwsza tego typu linia na trasie Warszawa-Łódź-Poznań-Wrocław zbudowana zostanie już w 2020 roku.

Apart from renovations, new railway lines are to be constructed to connect Warsaw with other cities of Poland, allowing for travel at a speed of 300 km/h. The first railway line of this type – along the route Warsaw-Łódź-Poznań-Wrocław – will be completed in year 2020.

Czas podróży z Warszawy <i>Travel time from Warsaw</i>	2011	2015*	2020*
Kraków	3:30 h	2:00 h	1:30 h
Katowice	3:00 h	2:00 h	1:30 h
Wrocław	5:30 h	4:30 h	1:45 h
Poznań	3:30 h	2:30 h	1:35 h
Gdańsk	6:30 h	2:30 h	2:30 h
Łódź	1:30 h	1:15 h	0:35 h

Źródło: Horwath HTL na podstawie pkl.pl

Source: Horwath HTL on the basis of pkl.pl

* dane szacunkowe

* estimated data

3. Drogi

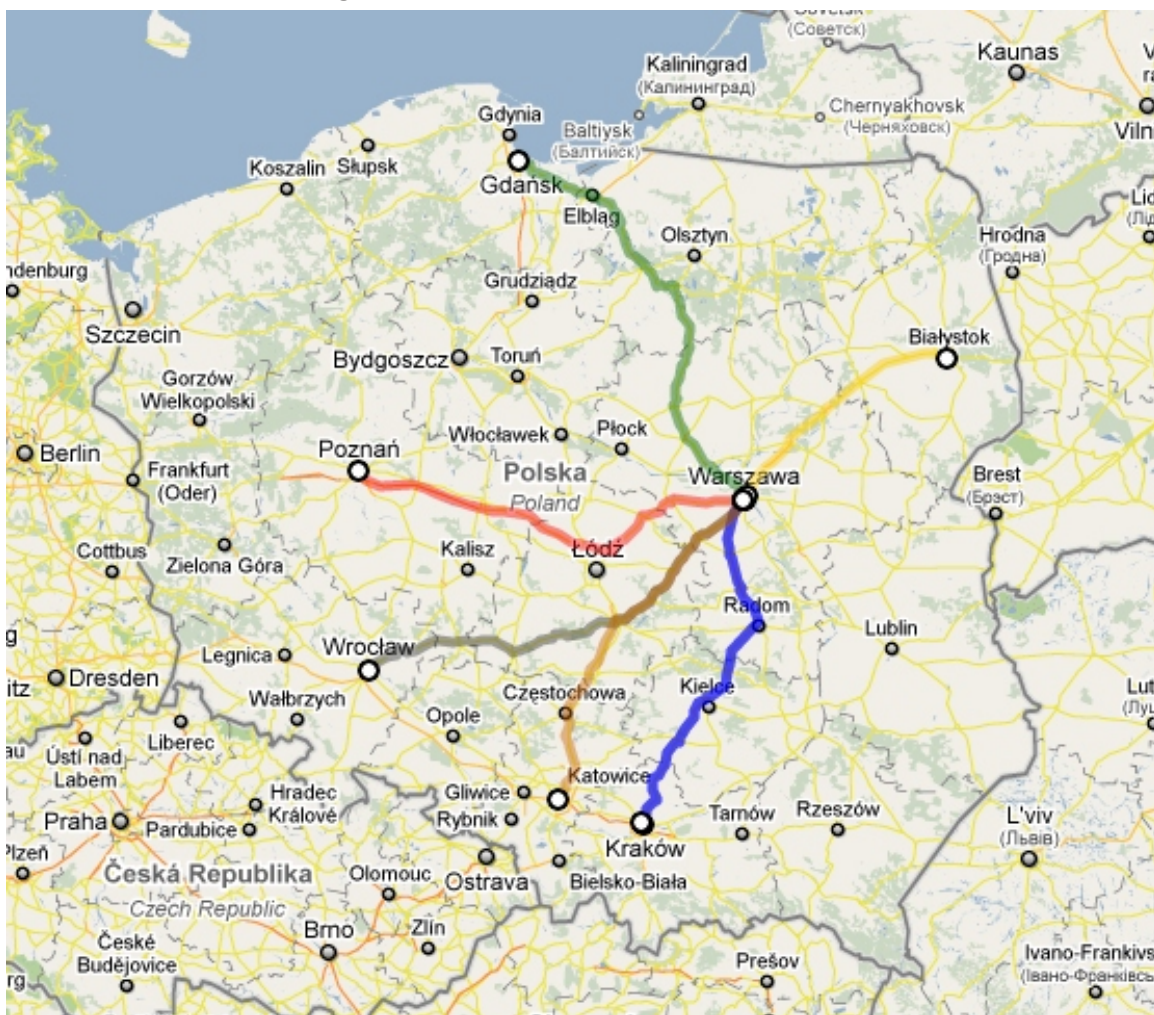
Warszawa jest miastem położonym w centralnej Polsce, które z uwagi na odgrywaną rolę zostało umieszczone na trasie wszystkich najważniejszych dróg w kraju, a w najbliższej przyszłości zostanie włączone w ogólnopolską i międzynarodową sieć dróg ekspresowych i autostrad.

3. Roads

Warsaw is located in central Poland; due to its role, it has been placed along the main domestic routes; in the near future, it will be included in the nationwide network of express roads and motorways.

Dojazd do Warszawy wg stanu z 2011 roku

Access to Warsaw in year 2011



Źródło: Horwath HTL

Source: Horwath HTL

Obecnie w miarę proste połączenia drogowe z Warszawą mają praktycznie wszystkie większe miasta Polski, a centralne położenie stolicy sprawia, że podróż samochodem, zajmuje zazwyczaj od ok. 3 do 5-6 godzin, zależnie od odległości od danego miasta.

Plany realizacji sieci autostrad i dróg ekspresowych w Polsce zakładają znaczące skrócenie czasu podróży. Już do roku 2013 ukończona zostanie znaczna część z planowanych autostrad i dróg ekspresowych między największymi miastami kraju, z których wszystkie uwzględniają połączenia z Warszawą. Polskie autostrady krzyżujące się w pobliżu Warszawy będą też bardzo ważnymi szlakami dla podróżujących z zachodu na wschód oraz z północy na południe Europy.

At present, virtually all large cities in Poland have quite simple road access to Warsaw; thanks to its central location, the drive usually takes from 3 to 5-6 hours, depending on the distance from a given city.

Construction of a network of motorways and express roads is to shorten the travel time substantially. As early as in 2013, a significant part of the planned motorways and express roads between the largest cities of the country will be completed; all of these include a connection with Warsaw. The Polish motorways intersecting near Warsaw will become very significant transport routes for those traveling from the West to the East and from the North to the South of Europe.

Planowana sieć dróg ekspresowych i autostrad w Polsce
wraz z terminem realizacji

The planned network of express roads and motorways
in Poland including the completion date

PLANY DROGOWE DO 2020 R.



Źródło: Generalna Dyrekcja Dróg Krajowych i Autostrad

Source: General Directorate for National Roads and Motorways

Szacunkowy czas podróży samochodem między
Warszawą, a głównymi miastami Polski

Estimated car travel time between Warsaw and key cities
of Poland

Czas podróży z Warszawy Travel time from Warsaw	2011	2015*	2020*
Kraków	3:30 h	3:00 h	2:30 h
Katowice	3:30 h	3:00 h	2:30 h
Wrocław	5:30 h	3:30 h	3:30 h
Poznań	4:00 h	2:30 h	2:30 h
Gdańsk	6:00 h	4:00 h	3:00 h
Łódź	2:30 h	1:15 h	1:15 h

Źródło: Horwath HTL na podstawie GDDKiA

Source: Horwath HTL on the basis of GDDKiA

* dane szacunkowe

* estimated data

Warszawa, jako stolica dużego europejskiego kraju i ważne miasto w Europie Środkowej, jest również ważnym miejscem spotkań wśród miast całego świata i Europy. Pomimo wielu lat izolacji od świata w okresie komunizmu, kiedy to miasta takie jak Wiedeń czy Paryż budowały swoją pozycję na rynku MICE, Warszawa postrzegana była jako miejsce niedostępne i nieatrakcyjne, który to obraz pokutuje do dziś w świadomości wielu organizatorów.

Sytuacja ta na szczęście się zmienia – z jednej strony dzięki aktywnej promocji stolicy Polski za granicą, z drugiej dzięki wszystkim zmianom i przeobrażeniom, jakie w tej chwili mają miejsce w Warszawie i to nie tylko tych wizualnych. Przykładami takich przeobrażeń stolicy jest na przykład kompleksowa renowacja tzw. „Traktu Królewskiego”, czyli ciągu reprezentacyjnych ulic stolicy – Nowy Świat i Krakowskie Przedmieście, otwarcie multimedialnego parku fontann, jednego z niewielu w Europie i na świecie czy poprawa infrastruktury komunikacyjnej i dróg dojazdowych w mieście i do miasta lub szeroko zakrojona kampania promocyjna prowadzona w Polsce i za granicą pod nazwą „Zakochaj się w Warszawie/Fall in love with Warsaw”. Dzięki temu w Warszawie odbywa się coraz więcej wydarzeń MICE, w tym również tych międzynarodowych o największej skali, czego przykładem mogą być spotkania stowarzyszeń.

International Congress & Convention Association (ICCA) to organizacja, która każdego roku przygotowuje statystyki dotyczące przemysłu spotkań. Przygotowywane przez nią rankingi cenione są przez ekspertów z branży, w tym organizatorów spotkań na całym świecie, a nierzadko również pośrednio kreują popyt na dane miasto.

ICCA jest organizacją reprezentującą ponad 900 firm i instytucji z 85 krajów związanych z obsługą spotkań stowarzyszeń w następujących obszarach: organizacja i koordynacja, transport oraz zakwaterowanie. ICCA układa swój ranking na podstawie zebranych danych o spotkaniach stowarzyszeń (association meetings) z podziałem na dwie kategorie: międzynarodowe stowarzyszenia rządowe (international governmental associations) oraz międzynarodowe stowarzyszenia pozarządowe (international non-governmental organizations/associations), które spełniają jednocześnie trzy warunki:

- odbywają się cyklicznie,
- skupiają minimum 50 uczestników,
- uczestnicy pochodzą z co najmniej trzech różnych krajów.

Na tej podstawie w ramach systematycznie prowadzonych analiz powstaje co roku raport „Statistics Report The International Association Meetings Market”.

Dane te, jakkolwiek niepełne i niedoskonałe, są najlepszym źródłem informacji o pozycji danego kraju czy miasta na świecie jako organizatora spotkań MICE i umożliwiają porównywanie poszczególnych lokalizacji ze sobą, przynajmniej na tle organizacji spotkań stowarzyszeń. Oczywiście na ich podstawie nie można dokładnie oszacować całej wielkości rynku MICE w danej lokalizacji, jednakowoż pozyskanie pełnych danych od organizatorów spotkań jest w praktyce niewykonalne.

Warsaw, as a capital of a large European country and a significant city in Central Europe, is also a significant location for meetings of visitors from all over the world and the entire Europe. During many years of isolation during the communist period, when such cities as Vienna and Paris developed their position on the MICE market, Warsaw was perceived as inaccessible, and this perception has been maintained by many organizers.

Thankfully, the situation is now changing – on one hand, thanks to active promotion of the capital city abroad, on the other – thanks to all changes and transformations that have been taking place in Warsaw, not only the visual ones. Examples of such transformations include the complex renovation of the so-called Royal Tract, which comprises the representative streets of the capital - Nowy Świat and Krakowskie Przedmieście opening of the multimedia fountain park, one of a few in Europe and in the world, or improvement of the transport infrastructure and access roads to the city and in the city, as well as the extensive promotional campaign, conducted in Poland and abroad, entitled “Fall in love with Warsaw”. Thanks to these factors, Warsaw hosts an increasing number of MICE events, including the international ones on the biggest scale, such as meetings of associations.

International Congress & Convention Association (ICCA) is an organization, which prepares annual statistics of the meetings industry. Its rankings are valued highly by the trade experts, including meeting organizers operating around the world; in many cases, they create the demand for a given city.

ICCA represents more than 900 companies and institutions from 85 countries, dealing with management of association meetings in the following areas: organization and coordination, transport and accommodation. ICCA prepares its ranking on the basis of data gathered on association meetings, divided into two categories: international governmental associations and international non-governmental organizations/associations, which meet all of the following conditions:

- are held cyclically,
- are organized for at least 50 participants,
- the participants come from at least three different countries.

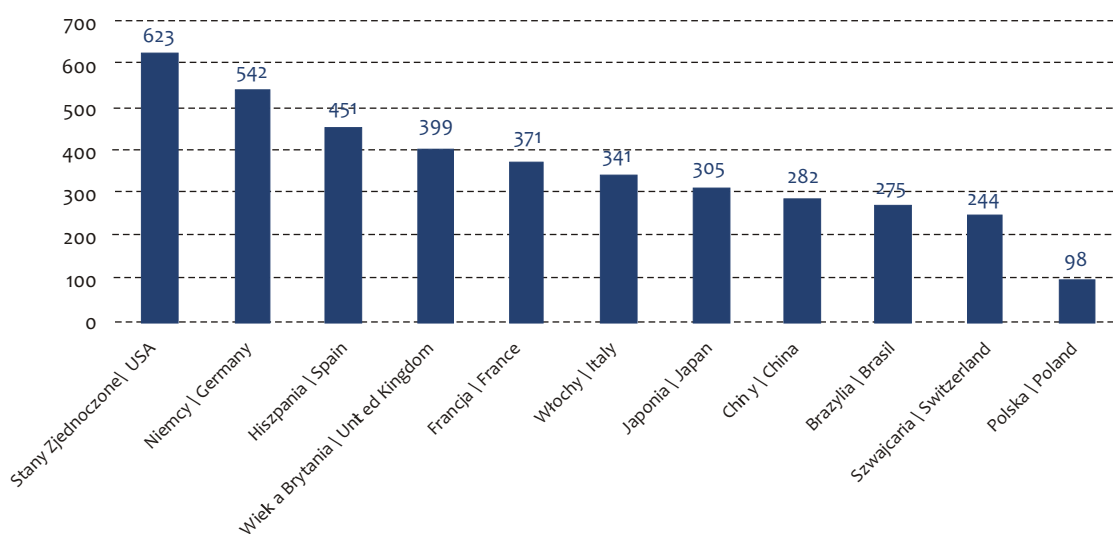
On this basis, within the framework of systematic analyses, a „Statistics Report The International Association Meetings Market” is generated each year.

This data, although incomplete and imperfect, is the best source of information on the position of a given country or city as the organizer of MICE events, allowing those concerned to make comparisons between individual locations, at least in the context of association meetings. Of course, it is not possible to estimate the size of the MICE market in a given location; in fact, however, it is not possible to obtain full data from the meeting organizers.

Ranking państw na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2010 wg ICCA

Ranking of countries on the basis of the number of association meetings organized in year 2010 according to ICCA

Pozycja w 2010 2010 position	Kraj Country	Liczba spotkań Number o meetings
1	Stany Zjednoczone / USA	623
2	Niemcy / Germany	542
3	Hiszpania / Spain	451
4	Wielka Brytania / UK	399
5	Francja / France	371
6	Włochy / Italy	341
7	Japonia / Japan	305
8	Chiny / China	282
9	Brazylia / Brasil	275
10	Szwajcaria / Switzerland	244
32	Polska / Poland	98



Źródło: Horwath HTL na podstawie ICCA Statistics Report 2010

Source: Horwath HTL on the basis of the ICCA Statistics Report 2010

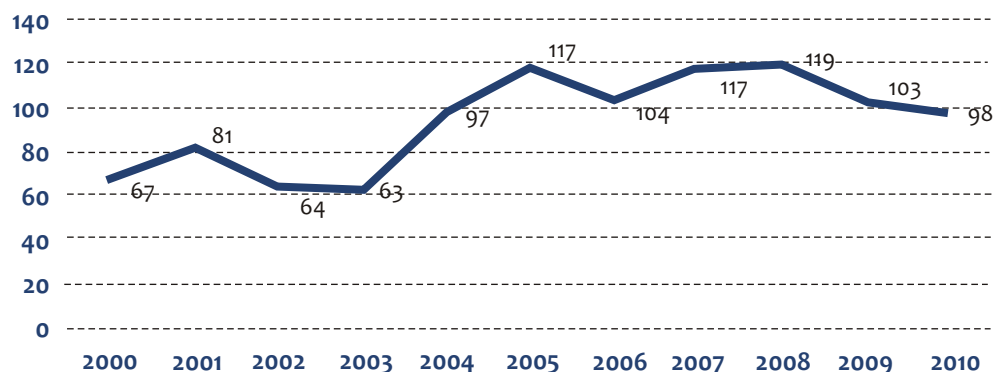
Polska, choć nie jest szczególnie popularną destynacją MICE, to jednak znajduje swoje miejsce na mapie Europy i świata. W 2010 roku zorganizowano tu 98 spotkań stowarzyszeń badanych przez ICCA, co dało Polsce 32 miejsce w rankingu wszystkich krajów świata, co należy uznać za dobry wynik. Liderami rankingu w tym względzie niezmiennie od wielu lat są Stany Zjednoczone oraz inne kraje rozwinięte zachodniej Europy i reszty świata. Krajami, które zaznaczają swoją obecność na liście od kilku lat są kraje rozwijające się, a przy tym bardzo atrakcyjne turystycznie, jak Chiny czy Brazylia. Miejsce Polski od kilku lat znacząco się nie zmienia i oscyluje w granicach końca trzeciej dziesiątki i początku czwartej dziesiątki krajów.

Poland, although not a very popular MICE destination, has become visible on the map of Europe and the world. In year 2010, 98 association meetings examined by ICCA were organized here, placing Poland on the 32nd position among all countries of the world, which should be considered a satisfactory result. The top positions have been occupied by many years by the United States and other developed countries of Western Europe and the rest of the world. Countries that have emerged in the recent years are the developing countries, perceived as very attractive for tourists, such as China and Brazil. Poland has maintained its position for several years now, oscillating between the thirtieth and fortieth place among all countries.

Liczba zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w Polsce w latach 2000-2010 wg ICCA

The number of association meetings organized in Poland in years 2000-2010 according to ICCA

Rok / Year	Liczba spotkań Number of meetings
2000	67
2001	81
2002	64
2003	63
2004	97
2005	117
2006	104
2007	117
2008	119
2009	103
2010	98



Źródło: Horwath HTL na podstawie ICCA Statistics Report 2010

Source: Horwath HTL on the basis of ICCA Statistics Report 2010

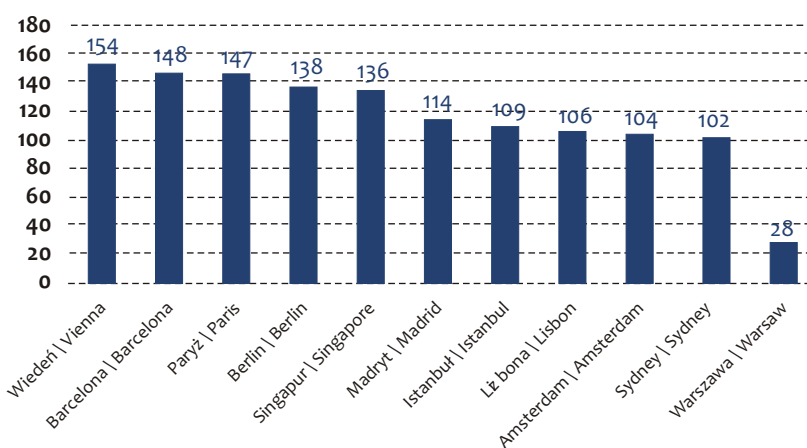
Pod względem liczby spotkań, w Polsce od dwóch lat notowane są jednakże spadki. Spowodowane jest to przede wszystkim kryzysem gospodarczym, który wpłynął na skłonność do dalekich podróży członków stowarzyszeń (gros z nich pochodzi z krajów szeroko pojętego zachodu) oraz w ogóle wydawania pieniędzy przez organizatorów. Kolejnym ważnym aspektem jest też rosnąca konkurencja ze strony krajów rozwijających się, szczególnie Azji. W ostatnich latach w Polsce nie powstało też wiele obiektów konferencyjnych, a duża część istniejących była poddawana remontom, z uwagi na zbliżające się ważne dla kraju wydarzenia, jak choćby prezydencja w UE.

As for the number of meetings, however, it has been decreasing in Poland in the last two years. This is mainly due to the economic crisis, which limited the willingness of association members to travel far (most of them come from the broadly understood "West") and savings introduced by the organizers. Another important aspect is the growing competition from the developing countries, particularly Asia. In the recent years, in Poland, not too many conference centers have been built; a large part of the existing ones have been undergoing renovation due to the significant events expected, such as the presidency over the EU.

Ranking miast na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2010 wg ICCA

Ranking of cities on the basis of the number of association meetings organized in 2010 according to ICCA

Pozycja w 2010 2010 position	Miasto City	Liczba spotkań Number of meetings
1	Wiedeń / Vienna	154
2	Barcelona / Barcelona	148
3	Paryż / Paris	147
4	Berlin / Berlin	138
5	Singapur / Singapore	136
6	Madryt / Madrid	114
7	Istanbul / Istanbul	109
8	Lizbona / Lisbon	106
9	Amsterdam / Amsterdam	104
10	Sydney / Sydney	102
32	Warszawa / Warsaw	28



Źródło: Horwath HTL na podstawie ICCA Statistics Report 2010

Source: Horwath HTL on the basis of ICCA Statistics Report 2010

PRZEMYSŁ SPOTKAŃ W WARSZAWIE

MEETINGS INDUSTRY IN WARSAW

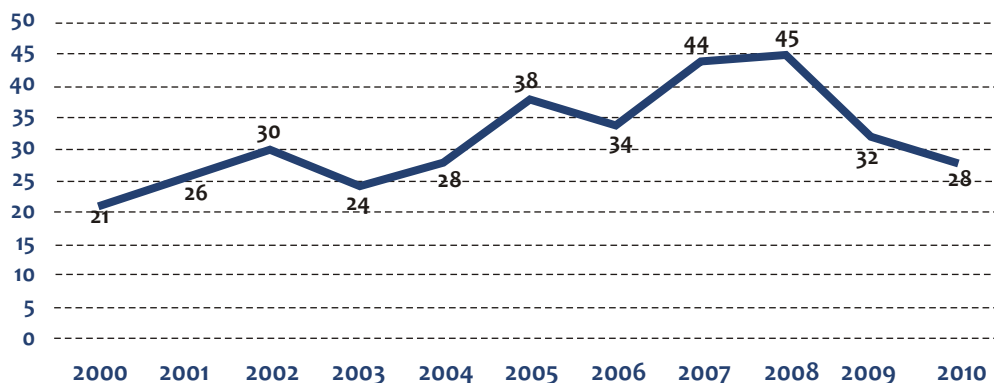
W Warszawie zorganizowano 28 spotkań stowarzyszeń, co stanowiło 29% wszystkich wydarzeń MICE w Polsce. Uplasowało to Warszawę na 65 miejscu wśród 333 sklasyfikowanych miast (sklasyfikowane to znaczy te, które zorganizowały 5 lub więcej spotkań). Pozycja ta jest dość dobra, aczkolwiek widać cały czas potencjał do dalszego rozwoju tej destynacji, ze względu na korzystne położenie miasta i skalę działania stołecznego lotniska. Problemem wydaje się być tutaj podaż obiektów dedykowanych do potrzeb organizatorów konferencji – zarówno konferencyjnych jak i noclegowych.

In Warsaw, there were 28 association meetings held, constituting 29% of all MICE events in Poland. Thus Warsaw occupied 65th place among all 333 cities classified (classified cities are those, which have organized 5 or more meetings). This position is quite good, although a certain potential for further development of this destination is still visible – it is associated with the favorable location of the city and the scale of operation of the city airport. A problematic issue seems to be the supply of facilities dedicated to the needs of the conference organizers – both in terms of conference and accommodation facilities.

Liczba zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w Warszawie w latach 2000-2010 wg ICCA

The number of association meetings organized in Warsaw in years 2000-2010 according to ICCA

Rok / Year	Liczba spotkań Number of meetings
2000	21
2001	26
2002	30
2003	24
2004	28
2005	38
2006	34
2007	44
2008	45
2009	32
2010	28



Źródło: Horwath HTL na podstawie ICCA Statistics Report 2010

Source: Horwath HTL on the basis of ICCA Statistics Report 2010

Podobnie jak w przypadku całego kraju, również w Warszawie w ostatnich latach odnotowano spadek liczby zorganizowanych spotkań przebadanych przez ICCA. Głównym powodem tej sytuacji tak samo jak w poprzednim przypadku jest kryzys gospodarczy i silna nowa konkurencja, w postaci głównych miast krajów rozwijających się. Dodatkowym powodem zaistniałej sytuacji może być też pewien zastój w rozwoju podaży obiektów noclegowych i konferencyjnych w stolicy w ostatnich latach, co związane było z kryzysem gospodarczym.

Like in the entire country, also in Warsaw, a decrease has been observed in the recent years in the number of meetings organized, which have been examined by ICCA. The main reason for this situation, like in the previously discussed case, is the global crisis and the strong new competition of the major cities of the developing countries. Another reason of this situation may be a certain level of stagnation in development of the supply of accommodation and conference facilities in the capital city in the last three years, which was associated with the economic crisis.

Jak można zauważyć, Warszawa i Polska wciąż nie mogą równać się z liderami rankingów, dlatego też za bardziej zasadne, z racji położenia geograficznego i uwarunkowań historycznych, należy uznać porównywanie jej z krajami i miastami Europy Środkowej, które to startowały na rynku z podobnego pułapu, są członkami Unii Europejskiej i rozwijają się gospodarczo pod każdym względem. Za kraje najbardziej porównywalne z Polską uznaliśmy Czechy, Słowację, Węgry i Litwę, a także z racji położenia Austrię, oraz ich stolice.

As it is probably visible, Warsaw and Poland in general are still unable to catch up with the ranking leaders; therefore, due to its geographic location and historic conditions, it seems to be more reasonable to compare it with the countries and cities of Central Europe, which emerged on the market under similar circumstances, which are members of the European Union and are experiencing strong economic development. We decided that comparable to Poland would be the Czech Republic, Slovakia, Hungary and Lithuania, and – due to its location – Austria, as well as their capital cities.

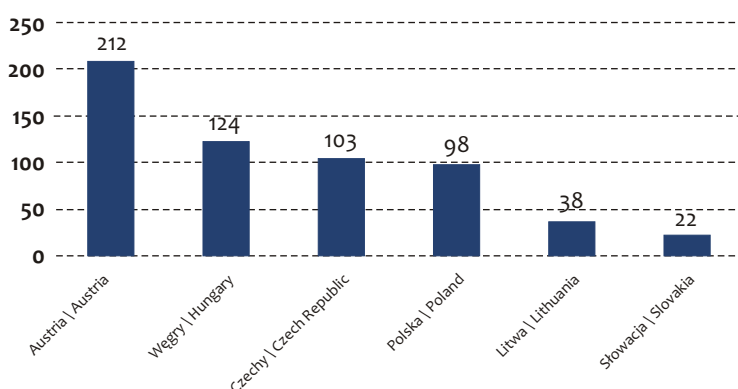
Ranking państw na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2010 wg ICCA

Pozycja w 2010 2010 position	Kraj Country	Liczba spotkań Number o meetings
14	Austria / Austria	212
27	Węgry / Hungary	124
30	Czechy / Czech Republic	103
32	Polska / Poland	98
49	Litwa / Lithuania	38
60	Słowacja / Slovakia	22

Źródło: Horwath HTL na podstawie ICCA Statistics Report 2010

Wśród państw Europy Środkowej, Polska plasuje się w środku stawki. Liderem regionu, co nie może zaskakiwać, jest Austria, która w oczach organizatorów spotkań jest krajem rozwiniętym i doświadczonym w organizacji tego typu wydarzeń, co ma kolosalne znaczenie. Polska nieznacznie wyprzedzana jest jeszcze przez Węgry i Czechy, co związane jest z większą popularnością ich stolic i przekonaniem, że kraje te są po prostu ładniejsze od zniszczonej przez wojny i komunizm Polski. Daleko w rankingu światowym i regionalnym plasują się z kolei Litwa i Słowacja, które goszczą bardzo niewiele spotkań, w których problemem jest brak dostatecznej ilości odpowiednich obiektów konferencyjnych.

Ranking of countries on the basis of the number of association meetings organized in year 2010 according to ICCA



Source: Horwath HTL on the basis of ICCA Statistics Report 2010

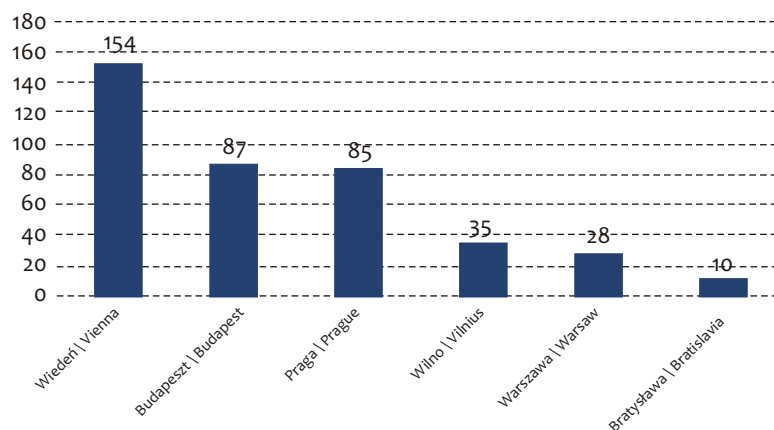
Among the countries of Central Europe, Poland occupies a position in the middle. The leader in this region, which is surely not surprising, is Austria – in the eyes of meeting organizers, it is a developed country, experienced in organizations of events of this type, which is of utmost importance. Poland has fallen slightly behind Hungary and the Czech Republic, which is associated with great popularity of their capitals and a conviction that these countries are simply more beautiful than Poland, destroyed first by the war, then by communism. On the other hand, low positions in the global and regional rankings are occupied by Lithuania and Slovakia, hosting very small numbers of meetings – a problem here is insufficient supply of the appropriate conference facilities.

Ranking miast na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2010 wg ICCA

Pozycja w 2010 2010 position	Miasto City	Liczba spotkań Number o meetings
1	Wiedeń / Vienna	154
18	Budapeszt / Budapest	87
19	Praga / Prague	85
51	Wilno / Vilnius	35
65	Warszawa / Warsaw	28
178	Bratysława / Bratislava	10

Źródło: Horwath HTL na podstawie ICCA Statistics Report 2010

Ranking of cities on the basis of the number of association meetings organized in 2010 according to ICCA



Source: Horwath HTL on the basis of ICCA Statistics Report 2010

Pozycja stolicy kraju w rankingu destynacji MICE często warunkuje pozycję całego kraju. Tak dzieje się w przypadku Wiednia, który jest liderem nie tylko rankingu Europy Środkowej, ale i całego świata i „odpowiada” za ok. 3/4 spotkań w Austrii. Odsetek ten jest jeszcze wyższy w przypadku Budapesztu, Pragi i Wilna, gdzie zbliża się nawet do 90%. Warszawa natomiast odpowiada jedynie za 30% przebadanych spotkań w Polsce. Analiza tych danych pokazuje, jak wielki potencjał ma w sobie Warszawa, który może zostać wydobyty gdy tylko zostanie wypromowana i będzie oferować odpowiednią podaż obiektów, jak to ma miejsce w przypadku bardzo porównywalnych miast jak Praga czy Budapeszt. Do zorganizowania wydarzeń MICE w mieście potrzebna jest też odpowiednia infrastruktura w postaci hoteli i sal konferencyjnych, nie tylko w hotelach. Poniżej przedstawiamy zestawienie wybranych najważniejszych obiektów nadających się do organizacji dużych spotkań w poszczególnych miastach. Dane pochodzą z Convention Bureaux poszczególnych krajów.

Najważniejsze obiekty konferencyjne i kongresowe poszczególnych miast*

Wiedeń / Vienna			
Hotele konferencyjne / Conference hotels		Inne obiekty / Others venues	
Nazwa / Name	Największa sala / The biggest hall	Nazwa / Name	Największa sala / The biggest hall
Austria Trend Hotel	1000	Austria Center Vienna	4320
Hilton Vienna	840	Pałac Hofburg/Hofburg Vienna	1260
Hotel InterContinental	770	Centrum Targowo-Kongresowe w Wiedniu/Messe Wien Exhibition & Congress Center	1410
Arcotel Wimberger	700		
Austria Trend Hotel	600		

Praga / Prague			
Hotele konferencyjne / Conference hotels		Inne obiekty / Others venues	
Nazwa / Name	Największa sala / The biggest hall	Nazwa / Name	Największa sala / The biggest hall
Top Hotel	2000	PVA Expo Prague	10000
Clarion Congress Hotel Prague	1500	Prague Congress Center	2761
Hilton Prague	1350	Incheba Expo Praha	2400
Hotel Olympik	1000		
Hotel Olympik Tristar	1000		

The position of the country capital in the MICE destination ranking often determines the position of the entire country. Such is the case of Vienna, which is a leader not only in the ranking of Central Europe, but the whole world as well, being “responsible” for about 3/4 meetings in Austria. This percentage is even higher in the case of Budapest, Prague and Vilnius – it reaches almost 90%. Warsaw, on the other hand, hosts only about 30% of the meetings examined, held in Poland. Analysis of this data indicates the great potential of Warsaw, which can be discovered only if the city is appropriately promoted and offers the adequate supply of facilities, like the comparable cities of Prague and Budapest. Organization of a MICE event requires the appropriate infrastructure of hotels and conference rooms, not only located in the hotels themselves. Presented below is a breakdown of the most significant facilities, suitable for organization of large meetings in individual cities. The data has been provided by the Convention Bureaux of individual countries.

Major conference and congress facilities of individual cities*

Budapeszt / Budapest			
Hotele konferencyjne / Conference hotels		Inne obiekty / Others venues	
Nazwa / Name	Największa sala / The biggest hall	Nazwa / Name	Największa sala / The biggest hall
InterContinental Budapest	850	HUNGEXPO Fair and Publicity Center	9000
Hilton Budapest	660	SYMA Event Center	5500
Budapest Marriott Hotel	650	Budapest Congress & World Trade Center	2000
Ramada Resort	550		
Europa Hotels & Congress Center	550		

Wilno / Vilnius			
Hotele konferencyjne / Conference hotels		Inne obiekty / Others venues	
Nazwa / Name	Największa sala / The biggest hall	Nazwa / Name	Największa sala / The biggest hall
Le Meridien Vilnius	1000	Lithuanian Exhibition and Convention Centre LITEXPO	2000
Radisson Blu	700	Contemporary Art Centre	1000
Best Western	500	Vilnius Congress Concert Hall	1000
Crowne Plaza	500		
Artis Centrum Hotels	350		

Źródło: Horwath HTL, na podstawie Convention Bureaux poszczególnych miast

*Wielkość największej sali podawana jest w m²

Source: Horwath HTL, on the basis of Convention Bureaux of individual cities

*Area of the largest room is provided in m²

Bratysława / Bratislava

Hotele konferencyjne / Conference hotels		Inne obiekty / Others venues	
Nazwa / Name	Największa sala / The biggest hall	Nazwa / Name	Największa sala / The biggest hall
Radisson Blu Carlton Hotel	380	Istropolis Art and Congress Centre	1500
Crowne Plaza	350	Incheba Congress Centre	1300
Holiday Inn	350	Technopol	400
City Hotel	340		
Kempinski	300		

Źródło: Horwath HTL, na podstawie Convention Bureaux poszczególnych miast

*Wielkość największej sali podawana jest w m²

Z analizy niniejszych danych wyraźnie widać, że pozycja w rankingu jest do pewnego stopnia skorelowana z podażą tych obiektów, gdyż w tym przypadku, trochę przeciwnie do zasad rynkowych, to podaż jest w stanie wygenerować popyt. Szczegółowa analiza Warszawy przedstawiona została w dalszej części raportu.

Warszawa / Warsaw

Hotele konferencyjne / Conference hotels		Inne obiekty / Others venues	
Nazwa / Name	Największa sala / The biggest hall	Nazwa / Name	Największa sala / The biggest hall
Gromada	2500	Centrum Targowo-Kongresowe MT Polska	6300
Hilton	1850	Warszawskie Centrum EXPO XXI	5200
Marriott	700	Torwar	4800
Sofitel Victoria	650	Pałac Kultury i Nauki	2880
Novotel Airport	600	Centrum Konferencyjno-Kongresowe Fundacji "Polska - Wiek XXI"	2500

Source: Horwath HTL, on the basis of Convention Bureaux of individual cities

*Area of the largest room is provided in m²

Analysis of this data shows clearly that the ranking position is to some extent correlated with the supply of these facilities; in this case, which is somewhat opposite to the market rules, the supply is able to generate the demand. A detailed analysis of Warsaw has been presented in the further part of the report.

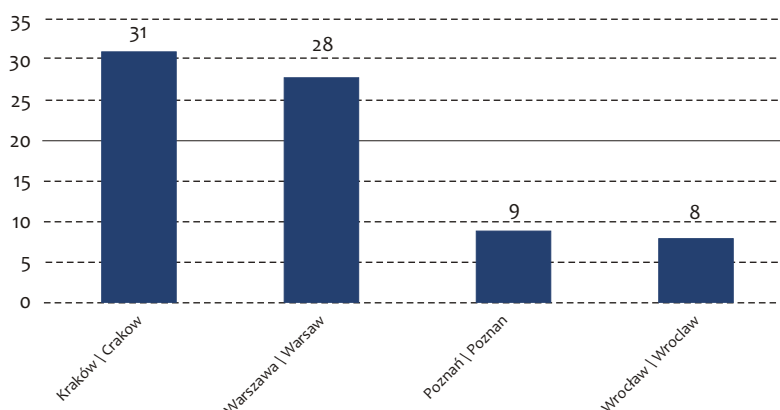
Niniejsza część raportu przedstawi sytuację Warszawy na tle innych miast Polski pod względem liczby spotkań badanych przez ICCA oraz podaży obiektów konferencyjnych oferowanych w poszczególnych miastach. Pełny raport porównujący rynek MICE w największych miastach Polski wydawany jest zaś co roku przez Convention Bureau of Poland.

This part of the report presents the situation of Warsaw in comparison with other cities in Poland with regard to the number of meetings examined by ICCA and the supply of conference facilities, offered by individual cities. A full report comparing the MICE market in the largest cities of Poland is issued each year by the Convention Bureau of Poland.

Ranking miast Polski na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2010 wg ICCA

Ranking of Polish cities on the basis of the number of association meetings organized in year 2010 according to ICCA

Pozycja w 2010 2010 position	Kraj Country	Liczba spotkań Number of meetings
59	Kraków / Cracow	31
65	Warszawa / Warsaw	28
196	Poznań / Poznan	9
215	Wrocław / Wrocław	8



Źródło: Horwath HTL na podstawie ICCA Statistics Report 2010

Source: Horwath HTL on the basis of ICCA Statistics Report 2010

Z danych przedstawionych przez ICCA wynika, że Warszawa jest drugim miejscem w Polsce pod względem liczby spotkań zorganizowanych przez badane stowarzyszenia. Wyprzedza ją Kraków, gdzie zorganizowano o 3 spotkania więcej w 2010 roku (31 spotkań wobec 28 spotkań), który pomimo mniejszego lotniska i nieco gorszych warunków do organizowania kongresów i konferencji, w 2010 roku wygrał z Warszawą dzięki lepszej rozpoznawalności na świecie. Przyczynił się do tego zapewne też fakt postrzegania Krakowa jako prężnego ośrodka akademickiego, co ma znaczenie dla stowarzyszeń naukowych. Poza tym, Kraków bywa postrzegany jako miasto atrakcyjne turystycznie, co ma pewne znaczenie przy wyborze lokalizacji spotkania, na które przybyć mają goście z wielu krajów świata, którzy często pierwszy raz w życiu mają okazję być w Polsce. Warszawa, która jest największym w kraju ośrodkiem akademickim, ma jednakowoż szansę już w najbliższych latach wyprzedzić w tym rankingu Kraków, głównie dzięki dobrej promocji na arenie międzynarodowej. ICCA sklasyfikowała jeszcze tylko 2 inne Polskie miasta – Poznań z 9 spotkaniami i Wrocław z 8. Ocenia się, że pozycja Wrocławia będzie się poprawiać szybciej niż Poznania, co związane jest z jego większą atrakcyjnością turystyczną oraz licznymi inwestycjami w infrastrukturę konferencyjną i noclegową.

According to the data of ICCA, Warsaw is the second destination in Poland, chosen most frequently as a meeting location by the associations examined. The first place is occupied by Cracow – in year 2010, it hosted 3 meetings more (31 in comparison with 28 meetings); despite a smaller airport and slightly worse conditions for organization of congresses and conferences, in year 2010, Cracow left Warsaw behind thanks to its better global recognition. This was probably also due to the fact that Cracow is perceived as a dynamically developing academic center, which is of significance from the perspective of scientific associations. Moreover, Cracow is perceived as an attractive tourist destination, which is of some significance for selection of a meeting location to be attended by visitors from many countries of the world, many of them arriving in Poland for the first time. Warsaw, which is the largest academic center in the country, should be able to outpace Cracow in this ranking in the coming years, mainly thanks to effective promotion abroad. ICCA has classified only two other cities in Poland – Poznań with 9 meetings and Wrocław with 8 meetings. It has been estimated that the position of Wrocław will be improving more quickly in comparison with Poznań, being a more attractive tourist destination; another significant factor is the fact that Wrocław has been investing substantial amounts in the conference and accommodation infrastructure.

Największe obiekty hotelowe i niehotelowe w polskich miastach sklasyfikowanych przez ICCA

The largest hotel and non-hotel facilities in the Polish cities classified by ICCA

Poznań				Wrocław			
Hotelowe/Hotels		Niehotelowe/ Non-Hotels		Hotelowe/Hotels		Niehotelowe/ Non-Hotels	
Hotel/ Hotel	Największa sala/ The biggest hall*	Obiekt/ Venue	Największa sala/ The biggest hall*	Hotel/ Hotel	Największa sala/ The biggest hall*	Obiekt/ Venue	Największa sala/ The biggest hall*
Novotel Centrum	800	MTP Centrum Kongresowe	10000	Mercure - Panorama	600	Hala Stulecia	7000
IBB Andersia	580	Sala Uniwersytetu Medycznego	900	Wrocław Orbis	530	Hala Orbita	3000
Orbis Polonez	550	Arena	5000	Jasek	350	Regionalne Centrum Turystyki Biznesowej	1000
IOR	500	Centrum Konferencyjne Politechniki Poznańskiej	344	Novotel	300	Impart Art Center	567
Mercure	370	World Trade Center	330	Sofitel	300	Cuprum Novum	250

Warszawa				Kraków			
Hotelowe/Hotels		Niehotelowe/Non-Hotels		Hotelowe/Hotels		Niehotelowe/Non-Hotels	
Hotel/ Hotel	Największa sala/ The biggest hall*	Obiekt/ Venue	Największa sala/ The biggest hall*	Hotel/ Hotel	Największa sala/ The biggest hall*	Obiekt/ Venue	Największa sala/ The biggest hall*
Gromada	2500	CTK MT Polska	6300	Best Western Premier Hotel	600	Targi Kraków	1800
Hilton	1850	WCTK EXPO XXI	5200	Park Inn Krakow	460	Akademia Ekonomiczna	1500
Marriott	700	Torwar	4800	Qubus Hotel	450	Sala kortów AWF	1400-1700
Sofitel Victoria	650	PKiN	2880	Centrum konferencyjne Witek	450	Chemobudowa	1200
Novotel Airport	600	CKK Fundacja Polska XXI wiek	2500	Novotelu Kraków Bronowice	350	UJ	1150

Źródło: Horwath HTL

Source: Horwath HTL

* Pod względem liczby osób

* According to the number of participants

** Dla przejrzystości opracowania użyto skrótowych nazw obiektów hotelowych i niehotelowych

** For better cleareance some names of venues were shortened

Pod względem podaży dostępnych obiektów, w których można zorganizować wydarzenie MICE, Warszawa również zdecydowanie przewyższa pozostałe główne miasta kraju. Stołeczne hotele (Gromada, Hilton) dysponują największymi w kraju salami konferencyjnymi, oferując przy tym uczestnikom zakwaterowanie w jednym z kilkuset pokoi. Dodatkowo, w stolicy można znaleźć też duże sale do organizacji nawet kilkutysięcznych spotkań, niestety, nie można w nich zapewnić wszystkich komfortowych warunków dla uczestników spotkania. Takowe zapewnić może tylko centrum kongresowe na kilka tysięcy uczestników, którego póki co w stolicy brakuje.

As for the supply provided by those facilities, which allow for organization of MICE event, Warsaw has outpaced the other major cities in the country quite significantly. Hotels in the capital (Gromada, Hilton) have at their disposal the largest conference halls in the country, offering the participants accommodation in several hundreds of rooms each. In addition, in the capital city, there are big conference halls, sufficient for organization of meetings attended by several thousand participants; unfortunately, these are unable to provide comfortable conditions for the visitors. The only one that could offer an appropriate standard would be a congress center, sufficiently big to host a meeting attended by several thousand; unfortunately, so far, there is no such center in the capital city.

Warszawa jest miastem, w którym odbywa się bardzo wiele spotkań nie tylko biznesowych, ale też kulturalnych, towarzyskich czy politycznych. Spowodowane jest to wieloma czynnikami, w tym centralnym położeniem miasta, co ułatwia dojazd z każdego krańca kraju, oraz funkcjami, jakie Warszawa pełni w skali kraju (stolica państwa, największe centrum usług finansowych w Polsce, lokalizacja central wielu krajowych i międzynarodowych firm).

Nie sposób wymienić wszystkich wydarzeń odbywających się w mieście, gdyż wiele z nich to wydarzenia prywatne (np. tylko dla pracowników i klientów danej firmy) czy jednorazowe, które nie powtórzą się w najbliższej przyszłości. Wiele wydarzeń odbywa się także nieregularnie lub zmienia swoją lokalizację, i tylko sporadycznie trafia do Warszawy. Przez takie należy rozumieć nie tylko wymienione wcześniej wydarzenia biznesowe, ale także odbywające się w mieście koncerty światowych gwiazd muzyki, kongresy i konwencje np. partii politycznych czy wydarzenia okolicznościowe, na przykład w ostatnim czasie związane z prezydenturą Polski w UE czy przygotowaniami do organizacji UEFA EURO 2012™.

Największe wydarzenia odbywające się w Warszawie regularnie, zidentyfikowane zostały przez Warsaw Convention Bureau i przedstawione są poniżej.

TARGI:

- Międzynarodowe Targi Turystyczne
- Międzynarodowe Dni Reklamy RemaDays
- Expo Sweet
- Mazowieckie Targi Mieszkań
- Międzynarodowy Salon Edukacyjny PERSPEKTYWY
- Międzynarodowe Targi Analityki i Technik Pomiarowych EUROLAB
- Międzynarodowe Targi Kosmetyczne Beauty Forum
- Międzynarodowe Targi Czystej Energii CENERG
- Międzynarodowe Targi Sprzętu Oświetleniowego Światło
- EuroGastro - targi żywności
- Międzynarodowe Targi Stomatologiczne DENTEXPO
- INTERCLEAN Targi Branży Czystości
- Tajlandia EXPO
- Złoto, Srebro, Czas - targi biżuterii i zegarków
- Targi Technologii i Usług dla Koncertów, Eventów i Kongresów
- Międzynarodowe Targi Wyposażenia Obiektów Noclegowych - WorldHotel
- Targi Budowlane "Budowa, remont, dom i wnętrze"
- RetailShow - Międzynarodowe Targi Wyposażenia, Technologii i Usług dla Handlu

Numerous meetings are organized in Warsaw – not only of business, but also of cultural, social or political nature. This is due to many factors, including the city's central location, allowing for easy access from any part of the country, and the functions performed by Warsaw (the country capital, the largest center of financial services in Poland, home to central offices of many domestic and international companies).

It is impossible to list all meetings organized in the city – many of them are private events (e.g. organized only for employees and clients of a given company) or single-time events, which are not to be repeated in the near future. Many events are held at irregular time intervals or their change their location, ending up in Warsaw only occasionally. These include not only the business events, listed above, but also concerts of music stars, congresses and conventions e.g. of political parties or special celebrations, such as events associated recently with the presidency of Poland in the EU or preparations for organization of the UEFA EURO 2012™.

The most significant events, held in Warsaw regularly, have been identified by the Warsaw Convention Bureau and presented below.

TRADE FAIRS:

- International Tourism Trade Fair
- International Advertising Days RemaDays
- Expo Sweet
- Mazowieckie Housing Trade Fair
- PERSPEKTYWY International Education Salon
- International Analytics and Measurement Technology Trade Fair EUROLAB
- International Cosmetic Trade Fair Beauty Forum
- International Clean Energy Trade Fair CENERG
- International Lighting Equipment Trade Fair EuroGastro – food trade fair
- International Dental Trade Fair DENTEXPO
- INTERCLEAN Cleaning Trade Fair
- Thailand EXPO
- Silver, Gold, Time – jewelry and watch trade fair
- Congress, Event and Congress Services and Technologies Trade Fair
- International Accommodation Facility Equipment Trade Fair - WorldHotel
- „Construction, Renovation, House and Interior Design” Trade Fair
- RetailShow – International Trade Fair of Trade Equipment, Technologies and Services

WYDARZENIA I SPOTKANIA W WARSZAWIE

MEETINGS AND EVENTS IN WARSAW

KONFERENCJE:

- E-Travel Forum
- Międzynarodowa Naukowa Konferencja Coachingu
- Międzynarodowa Konferencja Lotnisko
- Football Business Conference
- Konferencja czasopisma Cardiology Journal
- KONFERENCJA OKRĄGŁEGO STOŁU
- Polish Law & Economics Conference
- MIĘDZYNARODOWA KONFERENCJA Edukacja dla Wszystkich
- International PMI Poland Chapter

KONGRESY I SEMINARIA:

- Międzynarodowy Kongres Beauty Forum
- Ogólnopolskie Sympozjum Chemii Organicznej
- Kongres Kadry&Expo
- Polski Kongres Inteligentnych Systemów Transportowych ITS
- Kongres Kobiet
- Seminarium Warszawskie nt Praw Człowieka

WYSTAWY:

- Międzynarodowa Wystawa Lotnisko
- Ogólnopolska Wystawa Motocykli i Skuterów

Prócz nich, znaczącą rolę w mieście odgrywają spotkania firmowe czy szkolenia, a obiekty podmiejskie, ze względu na centralną lokalizację, bardzo często wybierane są jako miejsca organizacji wyjazdów integracyjnych czy wyjazdów motywacyjnych dla pracowników firm z całego kraju.

Ocenia się, że w przyszłości liczba dużych wydarzeń organizowanych w Warszawie znacząco się zwiększy. Chodzi tu o wydarzenia i spotkania na największą skalę dla kilku czy kilkunastu tysięcy uczestników, które odbywać się mogą na nowych stołecznych stadionach (Stadion Legii – ponad 31 000 miejsc, Stadion Narodowy – 56 000 miejsc) oraz inne, duże wydarzenia, które organizowane będą w nowopowstających hotelach konferencyjnych w stolicy. Nowe, najbardziej znaczące dla rynku MICE projekty hotelowe, przedstawione są w poniższej tabeli. Realizację ich wszystkich należy uznać za bardzo prawdopodobną.

Projekty hotelowe w Warszawie znaczące dla rynku MICE

Województwo Voivodeship	Miasto City	Kategoria Category	Nazwa Name	Liczba pokoi Number of rooms	Data otwarcia Opening date	Sale konferencyjne Conference rooms
Mazowieckie	Warszawa	5*	Renaissance by Marriott	225	wiosna 2013	1,5 tys. m ² powierzchni
Mazowieckie	Serock	4* - 5*	Narwil	328	2012	ok. 4 tys. m ² powierzchni
Mazowieckie	Warszawa	4*	Doubletree by Hilton	365	2013	3 tys. m ² powierzchni

Źródło: Horwath HTL

CONFERENCES:

- E-Travel Forum
- International Scientific Coaching Conference
- International Airport Conference
- Football Business Conference
- Cardiology Journal periodical conference
- THE ROUND TABLE CONFERENCE
- Polish Law & Economics Conference
- INTERNATIONAL CONFERENCE Education for All
- International PMI Poland Chapter

CONGRESSES AND SEMINARS:

- International Beauty Forum Congress
- National Symposium of Organic Chemistry
- H&R & Expo Congress
- Polish Congress of Intelligent Transport Systems ITS
- Congress of Women
- Warsaw Seminar on Human Rights

EXHIBITIONS:

- International Airport Exhibition
- National Exhibition of Motorcycles and Scooters

Apart from these, a significant role is played by business meetings and trainings, and facilities located in the suburbs, due to their central location, are often chosen as the place for organization of team building or motivational events for employees of company branches from all over Poland.

It has been estimated that the number of large scale meetings organized in Poland will increase substantially in the future. This refers to events and meetings of the biggest scale – for several to more than ten thousand participants, which can be held at the new stadiums of the capital city (Legia Stadium – more than 31 000 seats, National Stadium – 56 000 seats), as well as other large scale events, which will be organized in the newly established conference hotels in the capital city. New hotel projects, which are of the greatest importance for the MICE market, have been presented in the table below. It is highly probable that all of these will be completed.

Hotel projects in Warsaw, which are of significance for the MICE market

Source: Horwath HTL

PODAŻ OBIEKTÓW KONFERENCYJNYCH W WARSZAWIE

THE SUPPLY OF CONFERENCE VENUES IN WARSAW

Podaż obiektów konferencyjnych w Warszawie The supply of conference venues in Warsaw

Rodzaj obiektu Type of the venue	Liczba obiektów Number of venues	Powierzchnia konferencyjna ogółem w m ² Total conference space in m ²
Obiekty konferencyjne i wystawiennicze Conference and exhibition venues	20	61 000
Hotele ogółem All hotels	55	33 220
Obiekty kulturalne i zabytkowe Cultural and historical venues	18	15 000
Obiekty akademickie Academic venues	7	9 250
Ogółem Total	100	118 470

Źródło: Horwath HTL

Source: Horwath HTL

W Warszawie zidentyfikowaliśmy 100 głównych obiektów, oferujących usługi organizacji wydarzeń MICE, które oferują w sumie prawie 120 tys. m² powierzchni konferencyjnej i wystawienniczej. Największą powierzchnią dysponują oczywiście centra targowe i wystawiennicze jak MT Polska czy EXPO XXI, najliczniejszą grupą są zaś hotele. 55 ze wszystkich 69 stołecznych hoteli w swojej ofercie ma przynajmniej jedną salę konferencyjną, a razem oferują ponad 32 tys. m² powierzchni. Najważniejszymi graczami są tu duże 4* i 5* sieciowe obiekty w centrum miasta.

Niektórzy organizatorzy doceniają zapewne możliwość organizacji spotkania w obiekcie historycznym jak np. Zamek Królewski czy Opera Narodowa lub też auli akademickiej na kilkaset osób, co jest szczególnie ważne dla organizacji i stowarzyszeń naukowych.

1. Wkład przemysłu spotkań w gospodarkę Warszawy

Hotele, jak i inne obiekty świadczące usługi konferencyjne prowadzą działalność gospodarczą, która przynosi im zyski, natomiast również generuje wpływy budżetowe w postaci podatków. W polskim systemie podatkowym podstawowym obciążeniem podatkowym dla podmiotów prowadzących działalność gospodarczą są: podatek dochodowy od osób fizycznych (PIT), podatek dochodowy od osób prawnych (CIT) oraz podatek od towarów i usług (VAT). Ponadto, należy mieć na uwadze podatek od nieruchomości, a także, co szczególnie istotne w przypadku działalności obiektów hotelarskich, opłatę miejscową i uzdrowskową. Wszystkie te opłaty, będące obciążeniem dla podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą, są z drugiej strony źródłem dochodu jednostek samorządu terytorialnego i państwa. Oprócz pozytywnego efektu fiskalnego w postaci wpływów podatkowych, przemysł spotkań generuje również miejsca pracy, a także wpływa na wysokość PKB.

In Warsaw, we have identified 100 main venues, which offer MICE event organization services, providing in total almost 120 thousand m² of conference and exhibition space. The largest space is offered by trade fair and exhibition centers, such as MT Polska or EXPO XXI, and the most numerous group is that of hotels. 55 out of all 69 hotels in the capital city have at their disposal at least one conference room – in total, they offer more than 32 thousand m² of space. The most significant players in this regard are the large 4* and 5* chain facilities in the downtown area.

Some organizers appreciate the possibility of organizing a meeting at a historic building, such as the Royal Castle or the National Opera, or an academic lecture hall for several hundred people, which is particularly significant from the perspective of scientific organizations and associations.

1. Contribution of the meetings industry to the economy of Warsaw

Hotels, as well as other facilities rendering conference services, are engaged in business activity, which generates profits; on the other hand, they provide budget receipts in form of taxes. In the Polish taxation system, the basic taxation charge for entities engaged in business activity are: personal income tax (PIT), corporate income tax (CIT) and the goods and services (value added) tax (VAT). Moreover, it is necessary to take into account the real estate tax, and, which is of particular significance from the perspective of hotel facilities, a local charge and a spa charge. All these charges, payable by the business entity, are, on the other hand, a source of income of the local government and the state. Apart from the positive fiscal effect in form of tax receipts, the meetings industry also generates workplaces and influences the GDP level.

PODAŻ OBIEKTÓW KONFERENCYJNYCH W WARSZAWIE

THE SUPPLY OF CONFERENCE VENUES IN WARSAW

Większości wymienionych obciążeń podatkowych generowanych przez sektor MICE jest w rzeczywistości praktycznie niemożliwe do oszacowania, co wynika z braku tak szczegółowego rozbicia w sprawozdaniach podmiotów je prowadzących, a także braku tak szczegółowych danych statystycznych. Jednakże wiedza na temat ogólnej liczby spotkań w Warszawie pozwala nam przypuszczać, iż przychody generowane przez ten sektor są znaczące. Ponadto, w Warszawie nie jest pobierana opłata miejscowa od noclegów, ani tym bardziej uzdrowiskowa, która mogłaby stanowić potencjalne źródło przychodów budżetowych.

Przemysł spotkań bezpośrednio natomiast wywiera istotny wpływ na wysokość podatków od nieruchomości, co związane jest z koniecznością posiadania odpowiednich powierzchni konferencyjnych, bez których organizacja wydarzenia nie mogłaby się odbyć. Tabela poniżej prezentuje wysokość wpływów z podatku od nieruchomości generowanych przez warszawskie powierzchnie konferencyjne.

Podaż obiektów konferencyjnych w Warszawie i wysokość podatku od nieruchomości pobierane od nich

Rodzaj obiektu <i>Type of the venue</i>	Liczba obiektów <i>Number of venues</i>	Powierzchnia konferencyjna ogółem w m ² <i>Total conference space in m²</i>	Podatek od nieruchomości / <i>Real estate tax</i>	
			Stawka podatku/ <i>Tax rate</i>	Wpływy z podatku/ <i>Tax revenues</i>
Obiekty konferencyjne i wystawiennicze <i>Conference and exhibition venues</i>	20	61 000	19,81	1 208 410
Hotele ogółem <i>All hotels</i>	55	33 220	19,81	658 088
Obiekty kulturalne i zabytkowe <i>Cultural and historical venues</i>	18	15 000	19,81	297 150
Obiekty akademickie <i>Academic venues</i>	7	9 250	19,81	183 243
Ogółem <i>Total</i>	100	118 470	19,81	2 346 891

Źródło: Horwath HTL

Ogólna kwota 2,3 mln złotych podatku od nieruchomości od 100 podmiotów, nie stanowi dużego udziału w całkowitym budżecie miasta, natomiast należy pamiętać o wcześniej wspomnianych obciążeniach, których z powodu konieczności zakładania zbyt niepewnych założeń, nie jesteśmy w stanie wyliczyć.

Należy mieć również na uwadze wszelakie niemierzalne korzyści dla miasta, które pociąga za sobą przemysł MICE, takie jak budowanie wizerunku i promocję miejsca. Są to korzyści trudne do wyrażenia ilościowo, natomiast niewątpliwie wpływają na rozpoznawalność Warszawy na arenie międzynarodowej oraz na potencjalne zainteresowanie miastem.

Most of the taxation charges listed, generated by the MICE sector, are, in fact, impossible to estimate, which is due to lack of such detailed information in the reports generated by the entities of the sector, as well as lack of detailed statistical data. However, knowledge of the general number of meetings in Warsaw allows us to assume that the revenues generated by this sector are substantial. Moreover, no local charge – or a spa charge – is collected for accommodation in Warsaw, which could constitute a potential source of budget income.

The meetings industry exerts significant influence on the real estate property taxes, which is associated with the necessity to have at its disposal the appropriate conference space, without which no event could be held. The table below presents the receipts from the real estate property tax, generated by conference space in Warsaw.

The supply of conference venues in Warsaw and the real estate tax collected for these

Source: Horwath HTL

The general amount of PLN 2.3 million of the real estate tax collected from 100 entities does not constitute a substantial item in the total budget of the city; however, it is necessary to keep in mind the charges listed above, which cannot be precisely calculated due to the lack of precise data.

It is also necessary to keep in mind the immeasurable benefits for the city, associated with the presence of the MICE industry, such as building of the city image and promotion. These benefits can hardly be expressed in Warsaw and the potential attractiveness of the city.

Badanie zostało przeprowadzone przez niezależną firmę konsultingową Horwath HTL na reprezentatywnej próbie obiektów organizujących wydarzenia i spotkania MICE w Warszawie w drugiej połowie 2011 roku i dotyczyło wyników osiągniętych w roku kalendarzowym 2010. Wśród przebadanych obiektów znalazły się hotele (zarówno sieciowe jak i niezależne), obiekty targowe i konferencyjne, a także obiekty z dużymi salami, dla których działalność komercyjna na rynku MICE jest tylko jednym z typów aktywności.

Pełne zbadanie rynku nie było możliwe z uwagi na odmowę współpracy przez kilkanaście obiektów wszystkich typów, których polityka zabrania ujawniania jakichkolwiek informacji statystycznych dotyczących osiąganych wyników handlowych instytucjom zewnętrznym, jeśli nie jest to konieczne i uwarunkowane stosownymi rozporządzeniami organów prawodawczych.

Podmioty biorące udział w badaniu proszone były o wypełnienie tabeli, w której należało podać dokładną liczbę zorganizowanych wydarzeń oraz liczbę ich uczestników, w ujęciu miesięcznym. Następnie badani proszeni byli o podanie procentowej struktury ilości organizowanych wydarzeń w zależności od długości ich trwania, ich rodzaju (w podziale na Targi/Wystawy, Kongresy/Konferencje, Eventy, Szkolenia i Imprezy motywacyjne oraz inne), ich tematykę (Ekonomiczne/Polityczne, Medyczne/Farmaceutyczne, Naukowe/Technologiczne/Informatyczne, Sprzedaż, Marketing (w tym PR i komunikacja) oraz inne), organizatorów poszczególnych wydarzeń (w podziale na Stowarzyszenia, organizacje rządowe i pozarządowe, Firmy i korporacje, a także pozostałych), a także ze względu na pochodzenie zarówno organizatorów jak i uczestników przebadanych wydarzeń.

Na potrzeby tego opracowania zdefiniowano też poszczególne wyżej wymienione określenia, jako:

Wydarzenie MICE

Wszystkie wydarzenia zorganizowane w obiekcie z wykorzystaniem sal konferencyjnych, powierzchni wystawienniczych, foyer etc., trwające dłużej niż 4 godziny w ciągu jednego dnia. Obiekt (sala konferencyjna) musi zostać wynajęty specjalnie w celu organizacji tego właśnie wydarzenia.

Ilość uczestników spotkań MICE

Ilość osób biorących udział w danym wydarzeniu MICE w charakterze gościa, organizatora, prelegenta, wystawcy itd. Obsługa techniczna i personel nie jest uwzględniany.

Długość trwania wydarzeń MICE

Czas, przez który organizatorzy używali np. sal konferencyjnych hotelu czy powierzchni wystawienniczej na targach, gdzie:

- 1 dzień – wydarzenia trwające ponad 4 godziny w ciągu tego samego dnia.
- 2 dni – spotkania i wydarzenia odbywające się w ciągu dwóch różnych dni tygodnia z rzędu.

Ponad 2 dni – spotkania i wydarzenia dłuższe.

The research has been conducted by an independent consulting company, Horwath HTL, using a representative sample of venues organizing MICE events and meetings in Warsaw in the second half of year 2011, and it has been focused on results attained in the calendar year of 2010. Among the facilities examined, there were hotels (both chain and independent ones), trade fair and conference facilities, as well as buildings with large halls, for which the commercial activity on the MICE market is only one of the segments of operation.

It was not possible to examine the entire market thoroughly due to refusal of more than ten facilities of various types to cooperate, as their policy prohibits disclosure of any statistical information on the commercial results attained to external institutions, unless it is necessary and backed by the appropriate regulations of the legislative bodies.

Entities that participated in the research were asked to fill out a table, providing the exact number of events organized and the number of their participants, in each month. Afterwards, the participants were asked to specify the percentage structure of the number of events organized depending on their duration, type (Trade Fairs/ Exhibitions, Congresses/ Conferences, Events, trainings and motivation building meetings and other), the topic (Economy/Politics, Medicine/Pharmacy, Science/Technology/IT Science, Sales, Marketing (including PR and communication) and Other), organizers of individual events (divided into Associations, governmental and non-governmental organizations, Companies and corporations, and other), as well as the origin of organizers and participants of the events held.

For the purpose of this study, the events listed above have been defined as follows:

MICE event

Any event organized at a facility using conference halls, exhibition space, the foyer etc., lasting for more than 4 hours per day. The facility (conference hall) must be rented precisely for the purpose of organization of this event.

Number of participants of a MICE event

The number of persons participating in a given MICE event as guests, organizers, lecturers, exhibitors etc. Technical services and personnel are not taken into account.

MICE event duration

Time of use of conference halls of a hotel or exhibition space at a trade fair by the organizers, where:

- 1 day – events of duration of at least 4 hours during the same day.
- 2 days – meetings and events taking place on two different consecutive weekdays.

More than 2 days – longer meetings and events.

ANALIZA RYNKU MICE W WARSZAWIE

ANALYSIS OF THE MICE MARKET IN WARSAW

Rodzaj wydarzeń MICE:

Targi/wystawy - wydarzenia, których najważniejszym elementem były np. prezentacja produktów, urządzeń itp.

Kongresy/konferencje - spotkania, o charakterze naukowym, biznesowym, politycznym itp.

Eventy - wydarzenia niestandardowe, np. pokazy mody, prezentacje samochodów itd.

Szkolenia i imprezy motywacyjne - w tej kategorii zawrzeć należy większość wydarzeń korporacyjnych, mających na celu przekazanie wiedzy pracownikom, dostarczenie im rozrywki, integrację, motywację itd.

Inne - pozostałe spotkania i wydarzenia, w tym bale, niestandardowe spotkania i wszystko, co nie mieści się w pozostałych kategoriach.

Tematyka wydarzeń

Przewodni temat, będący motywem organizacji i "osią tematyczną" danego spotkania i wydarzenia, zwykle wiąże się ze specjalizacją organizatora, w rozróżnieniu na wydarzenia Ekonomiczne/Polityczne, Medyczne/Farmaceutyczne, Naukowe/Technologiczne/Informatyczne, Sprzedaż, Marketing (w tym PR i komunikacja) oraz inne, czyli te, których tematyka jest różna od wyżej wymienionych.

Organizatorzy wydarzeń

To osoby, firmy lub instytucje, które wynajęły powierzchnię w danym obiekcie celem organizacji wydarzenia MICE. Dzieli się ich na stowarzyszenia, organizacje rządowe i pozarządowe, firmy i korporacje oraz pozostałych, czyli tych, którzy nie mieszczą się w innych kategoriach, w tym np. osoby prywatne, szkoły itp.

Wielkość rynku

Rynek wydarzeń MICE w Warszawie jest największy w Polsce, zarówno ze względu na rozbudowaną podaż obiektów konferencyjnych (omawiana wcześniej) jak i popularność miasta jako destynacji o dobrej lokalizacji i kojarzonej z biznesem.

Metodologia niniejszego badania jest nieco inna niż stosowana przez pozostałe Convention Bureaux, dlatego też ilościowych danych na temat Warszawy nie można bezkrytycznie porównywać z innymi miastami Polski. Dane przedstawione w raporcie obrazują sytuację na rynku w Warszawie.

MICE event types:

Trade fairs/exhibitions – events, in which the most significant component was e.g. presentation of products, equipment etc.

Congresses – conferences – scientific, business, political and other meetings.

Events – non-standard events, such as fashion shows, car presentations etc.

Trainings and motivation building events – this category should include most corporate events aimed at delivery of knowledge to employees, providing them with entertainment, integration, motivation etc.

Other – other meetings and events, including balls, non-standard meetings and anything that does not fit the remaining categories.

Event topic

The central theme of the meeting, which serves as the „axis” of a given meeting or event, usually associated with the specialization of the organizer, divided into Economy/Politics, Medicine/Pharmacy, Science/Technology/IT Science, Sales, Marketing (including PR and communication) and others – those, which have been organized to discuss a topic not related to those listed above.

Event organizers

Persons, companies or institutions, which have rented space in a given facility to organize a MICE event. These can be divided into associations, governmental and non-governmental organizations, companies and corporations and other – those, which do not fit other categories, including private persons, schools etc.

Market size

The MICE event market in Warsaw is the biggest in Poland, both due to the well-developed supply of conference facilities (discussed above) and popularity of the city as a destination, characterized by good location and associated with business.

The research methodology differs somewhat from those used by other Convention Bureaux; therefore, the quantitative data on Warsaw cannot be simply compared with data for other cities of Poland. Data presented in the report presents the situation on the market of Warsaw.

ROK 2010 YEAR 2010	IŁOŚĆ WYDARZEŃ MICE W ROKU NUMBER OF MICE EVENTS DURING THE YEAR	IŁOŚĆ UCZESTNIKÓW WYDARZEŃ MICE W ROKU NUMBER OF PARTICIPANTS OF MICE EVENTS
RAZEM TOTAL	6 829	1 215 059

Źródło: Horwath HTL

Source: Horwath HTL

ANALIZA RYNKU MICE W WARSZAWIE

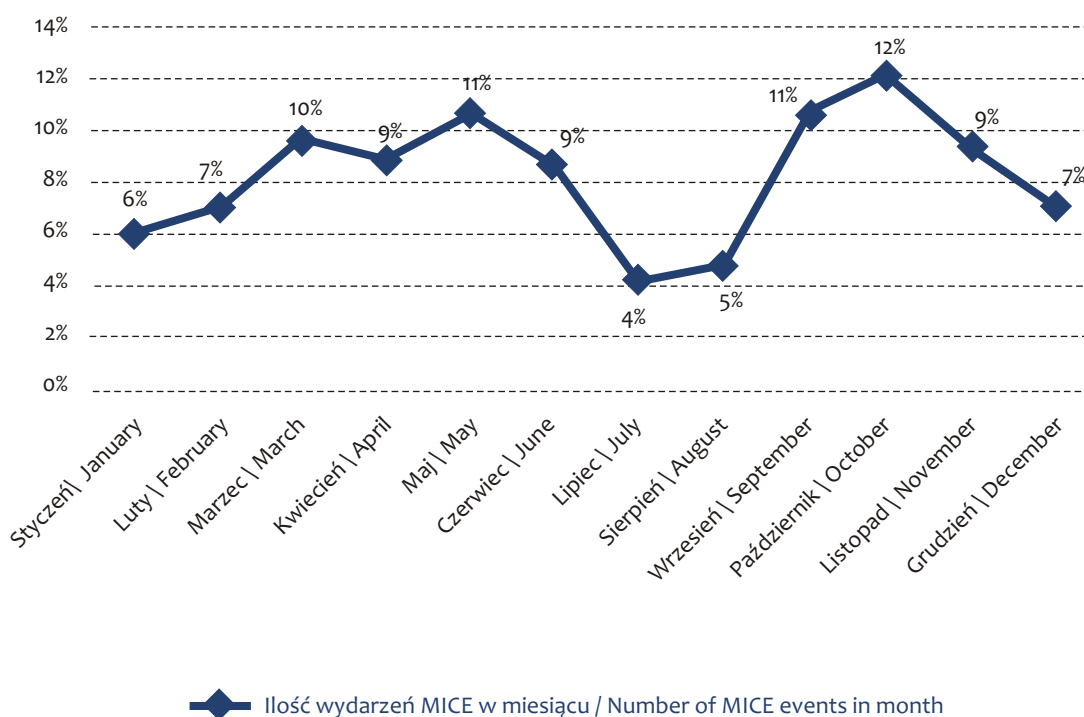
ANALYSIS OF THE MICE MARKET IN WARSAW

Wg danych dostarczonych przez przebadane obiekty w 2010 roku w Warszawie odbyło się 6 829 wydarzeń MICE, w których wzięło udział dokładnie 1 215 059 uczestników. Szacujemy, że biorąc pod uwagę również te obiekty, które nie zdecydowały się na wzięcie udziału w badaniu, całkowita liczba wydarzeń i spotkań może być nawet 3 razy większa i sięgać ok. 20 000, a liczba uczestników oscylować w granicach 2 000 000. Rozbieżność w szacunkach wynika z faktu, że informacji udzielili nam najwięksi działający na rynku organizatorzy MICE, w tym obiekty kongresowe i targowe, których wydarzenia przyciągają dużą liczbę uczestników. Niestety, w badaniu nie wzięły też udziału hotele sieciowe, które organizują wiele wydarzeń i spotkań, jednak polityka sieci nie zezwala im na udział w tego typu badaniu. Pomimo faktu, że dość znaczny fragment rynku nie został przebadany to przedstawione dane są godne zaufania i reprezentatywne dla sytuacji w całym mieście.

According to data provided by the facilities examined, in year 2010, 6 829 MICE events were held in Warsaw, attended precisely by 1 215 059 participants. According to our estimates, taking into account those facilities, which decided not to participate in the survey, the total number of events and meetings may be even 3 times higher, reaching about 20 thousand, while the number of participants may reach 2 000 000. Such discrepancy in the estimates is due to the facts that we received information from the largest MICE event organizers on the market, including congress and trade fair facilities, attracting large numbers of participants. Unfortunately, we were unable to obtain data from chain hotels, which organize many events and meetings – their corporate policy does not allow them to participate in a survey like ours. Despite the fact that a substantial part of the market has not been examined, the data presented is reliable and representative of the situation in the city.

Sezonowość wydarzeń MICE w Warszawie

Seasonality of MICE events in Warsaw



Źródło: Horwath HTL

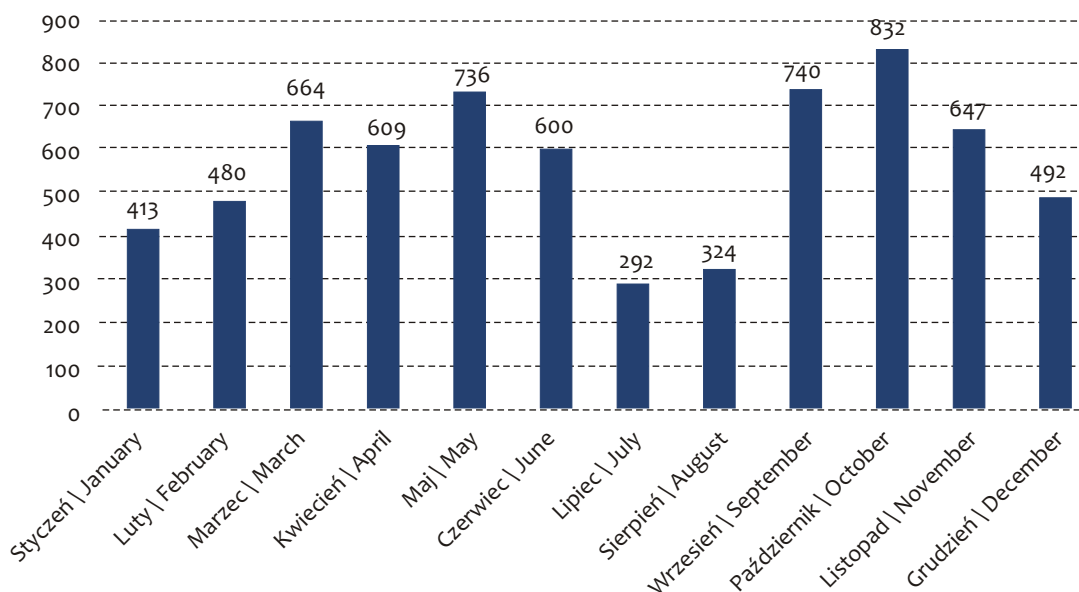
Source: Horwath HTL

ANALIZA RYNKU MICE W WARSZAWIE

ANALYSIS OF THE MICE MARKET IN WARSAW

Sezonowość wydarzeń MICE w Warszawie

Seasonality of MICE events in Warsaw



Źródło: Horwath HTL

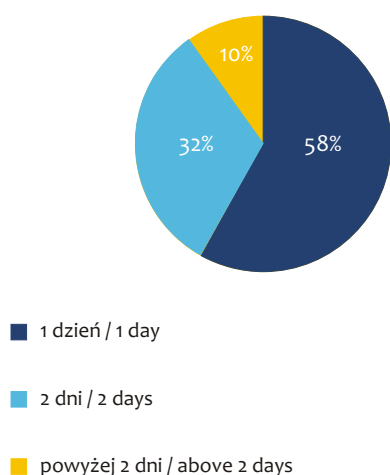
Source: Horwath HTL

Z przeprowadzonego badania wynika, że sezonowość organizowanych w mieście wydarzeń MICE i spotkań jest typowa dla destynacji biznesowych i charakteryzuje się 2 sezonami wysokimi – od marca do czerwca oraz od września do października (ew. listopada), kiedy to odbywa się 72% wszystkich wydarzeń. Czas zimy (od grudnia do lutego) oraz miesiące letnich wakacji (lipiec-sierpień) to tradycyjnie czas, kiedy odbywa się relatywnie mało wydarzeń tego typu. Spowodowane jest to sezonem urlopowym w Polsce oraz zwykle niesprzyjającą aurą w miesiącach zimowych, co może utrudnić dotarcie do stolicy z innych części kraju.

According to the results of our research, seasonality of MICE events and meetings organized in the city is typical for business destinations, characterized by two peak seasons – March to June and September to October (or November), when 72% of all events are held. The winter time (December to February) and the summer vacation (July – August) are traditionally those periods, when the number of events of this type is relatively low. This is due to the leave season in Poland and the uncomfortable weather conditions in the winter, which may hinder access to the capital city from other regions of Poland.

Struktura rynku wg długości trwania wydarzeń MICE i spotkań zorganizowanych w Warszawie

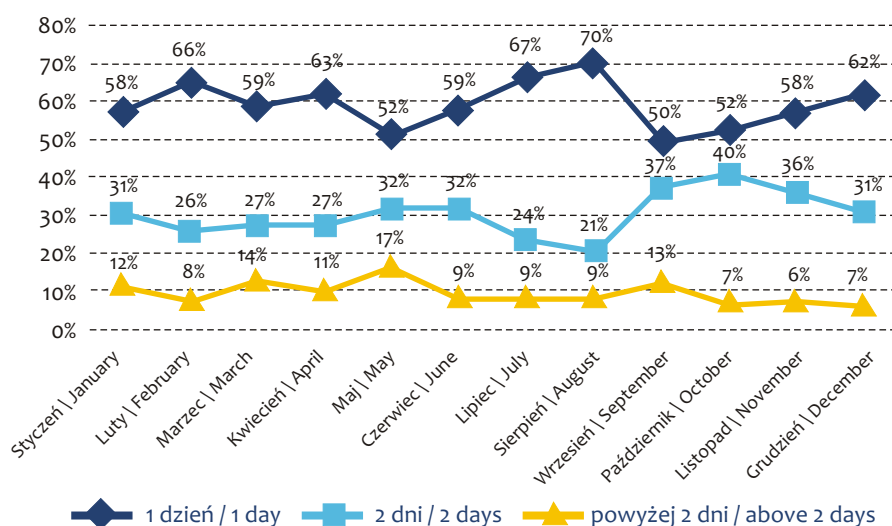
Market structure according to duration of MICE events and meetings organized in Warsaw



■ 1 dzień / 1 day

■ 2 dni / 2 days

■ powyżej 2 dni / above 2 days



◆ 1 dzień / 1 day

■ 2 dni / 2 days

▲ powyżej 2 dni / above 2 days

Źródło: Horwath HTL

Source: Horwath HTL

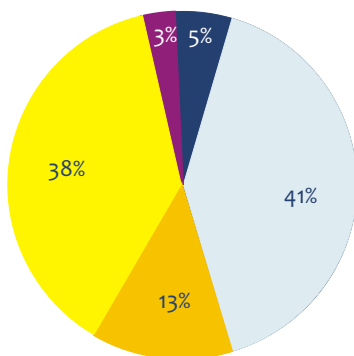
Najwięcej z przebadanych wydarzeń MICE w Warszawie to spotkania i wydarzenia jednodniowe (o długości trwania powyżej 4 godzin) – aż 58% z prawie 7 tys. wydarzeń. Pozostałe 42% to spotkania i wydarzenia, które trwały dłużej niż 1 dzień, jednak tylko 10% całkowitej liczby było dłuższych niż 2 dni i „wygenerowało” ponad 2 noclegi uczestników czy organizatorów.

W ciągu całego roku proporcje liczby wydarzeń i spotkań wg długości ich trwania są bardzo zbliżone. Przez cały czas najwięcej jest wydarzeń jednodniowych (od 50% do 70%), a ich udział w rynku rośnie zwłaszcza w tzw. niskim sezonie. Miesiące jesienne określone wcześniej jako wysoki sezon (wrzesień-listopad) charakteryzują się zaś dość dużym odsetkiem wydarzeń i spotkań 2 dniowych, co spowodowane jest powrotem na rynek wydarzeń MICE związanych z biznesem czy targów. Najdłuższych wydarzeń i spotkań odbywa się najwięcej na wiosnę (marzec-maj), co tłumaczyć należy wysoką aktywnością biznesową przedsiębiorstw i stosunkowo małą liczbą urlopów pracowników, a przy tym zwykle dość dobrą pogodą w Warszawie.

Most of the MICE events examined in Warsaw are one-day meetings and events (of duration above 4 hours) as many as 58% among almost 7 thousand events. The remaining 42% are meetings and events that lasted more than 1 day, however, only 10% of the total number of these were longer than 2 days and „generated” more than 2 overnight stays of the participants or the organizers.

Throughout the year, the proportions between the number of events and meetings according to length were very similar. The number of single-day events was always the highest (50% to 70%), and the market share of these has been growing, particularly during the low season. The autumn months, referred to above as the high season (September-November) are characterized by a relatively high percentage of 2-day meetings and events, which is due to return to the market of MICE events associated with business and trade fairs. The longest events and meetings are held in the spring (March - May), which may be due to high level of business activity and a relatively small number of employee leaves, as well as the usually favorable weather in Warsaw.

Struktura rynku wg rodzajów wydarzeń MICE i spotkań zorganizowanych w Warszawie

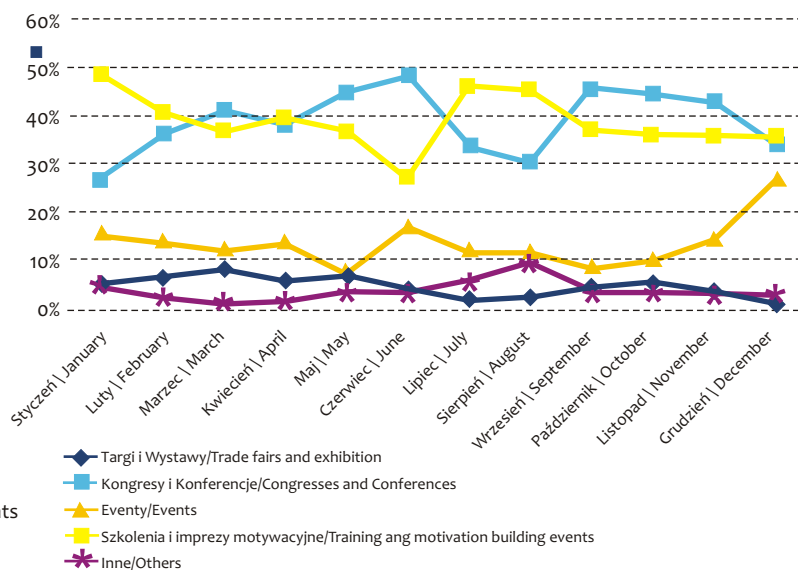


- Targi i Wystawy / Trade fairs and exhibitions
- Kongresy i Konferencje / Congresses and Conferences
- Eventy / Events
- Szkolenia i imprezy motywacyjne / Trainings and motivation building events
- Inne / Others

Źródło: Horwath HTL

W przekroju całego roku dominującymi formami wydarzeń MICE organizowanymi w Warszawie są kongresy i konferencje oraz szkolenia i imprezy motywacyjne (z naciskiem na pierwszy człon tej kategorii), które stanowią odpowiednio 41% i 38% rynku. Ich udział w rynku jest podobny w ciągu całego roku, a odchylenia w poszczególnych miesiącach są spowodowane zapewne cenami na rynku MICE. W sezonach wysokich więcej jest kongresów i konferencji (zwykle dość prestiżowe wydarzenia, ważne dla np. branży) a w niskich więcej jest imprez firmowych, kiedy to obiekty konferencyjne są tańsze, a firma może na swoich pracownikach np. wymusić uczestnictwo w imprezie. Wydarzenia klasyfikowane jako eventy to trzecia największa grupa na rynku (13%), a ich udział znacząco rośnie w okolicach świąt. Targi stanowią jedynie 5% rynku pod względem ilości wydarzeń i odbywają się głównie wiosną i jesienią. Wydarzenia klasyfikowane jako inne są zazwyczaj dopełnieniem działalności obiektów – ich liczba rośnie wtedy, gdy na rynku nie ma innych wydarzeń, tzn. głównie w miesiącach wakacyjnych.

Market structure according to the type of MICE events and meetings organized in Warsaw



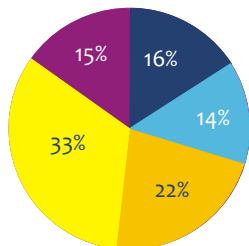
Source: Horwath HTL

Throughout the year, the dominant forms of MICE events are congresses and conferences, as well as trainings and motivation events (most of these belong to the former category), constituting 41% and 38% of the market, respectively. Their market share is similar throughout the year, and deviations in individual months are probably due to prices on the MICE market. During the high season periods, the number of congresses and conferences is higher (these are usually quite prestigious events, important e.g. for a given trade), and during the low season periods – corporate events, organized when the conference facilities are cheaper. The so-called events are the third largest group on the market (13%), and their share increases substantially in the holiday season. Trade fairs constitute only 5% of the market in terms of the number of events, and they are held mainly during the spring and autumn. The so-called „other” events are usually complementary to activity of the facilities – their number increases, when there are no other events on the market, that is, mainly during the vacation period.

ANALIZA RYNKU MICE W WARSZAWIE

ANALYSIS OF THE MICE MARKET IN WARSAW

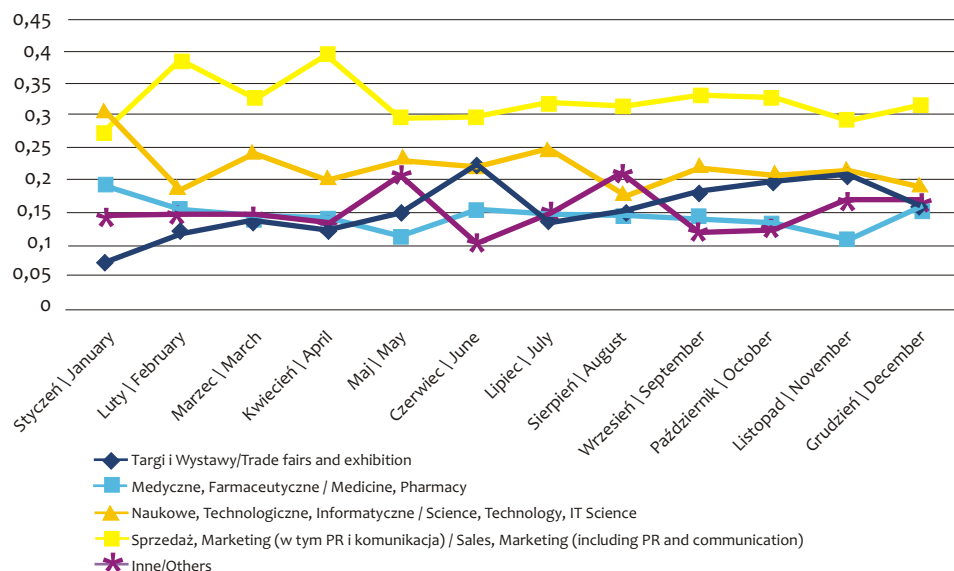
Struktura rynku wg tematyki wydarzeń MICE i spotkań zorganizowanych w Warszawie



- Ekonomiczne, polityczne / Economy, politics
- Medyczne, farmaceutyczne / Medicine, pharmacy
- Naukowe, technologiczne, informatyczne / Science, technology, IT science
- Sprzedaż, Marketing (w tym PR i komunikacja) / Sales, marketing (including PR and communication)
- Inne / Others

Źródło: Horwath HTL

Market structure according to the theme of the MICE event and meeting organized in Warsaw



Source: Horwath HTL

Struktura rynku wydarzeń MICE w Warszawie ze względu na tematykę jest o wiele bardziej wyrównana niż w przypadku wszystkich innych podziałów. Chociaż tematyka 33% wydarzeń została określona jako sprzedaż i marketing i dominuje na rynku w ciągu całego roku, to ilość pozostałych wydarzeń i spotkań nie odbiega od nich aż tak znacząco. Najwyższy odsetek tych wydarzeń odnotowywany był w 2010 roku w lutym i w miesiącach wiosennego szczytu. Drugą największą grupą są spotkania naukowe, technologiczne i informatyczne, których udział w rynku kształtuje się bardzo podobnie w ciągu całego roku, z lekką przewagą w pierwszej połowie. Udział w rynku pozostałych 3 grup jest bardzo zbliżony, a na przestrzeni roku zmienia się, jednak bez wyraźnej zarysowanych tendencji. Tym niemniej w 2010 roku zaobserwować można było, że w pierwszej połowie roku odbyło się nieco więcej wydarzeń medyczno-farmaceutycznych, podczas gdy druga połowa to już przewaga spotkań o tematyce ekonomiczno-politycznej, trudno tu doszukiwać się jednakże stałych wzorców. Co ważne, aż 15% wydarzeń zostało sklasyfikowanych pod względem tematyki jako inne, co może wynikać z trudności z jednoznacznym określeniem tematyki wydarzeń i spotkań przez pracowników obiektów je organizujących.

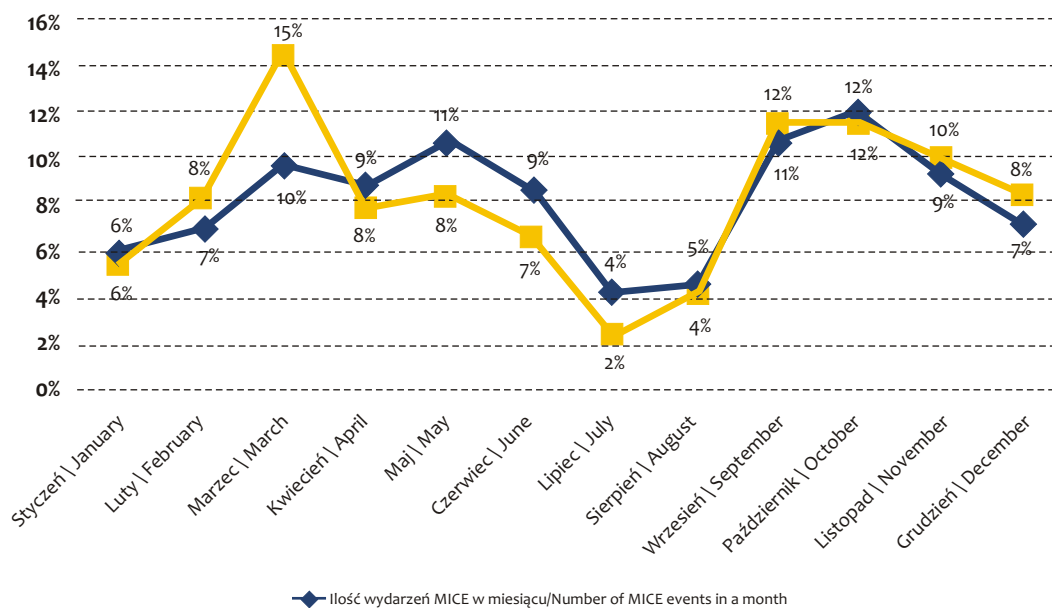
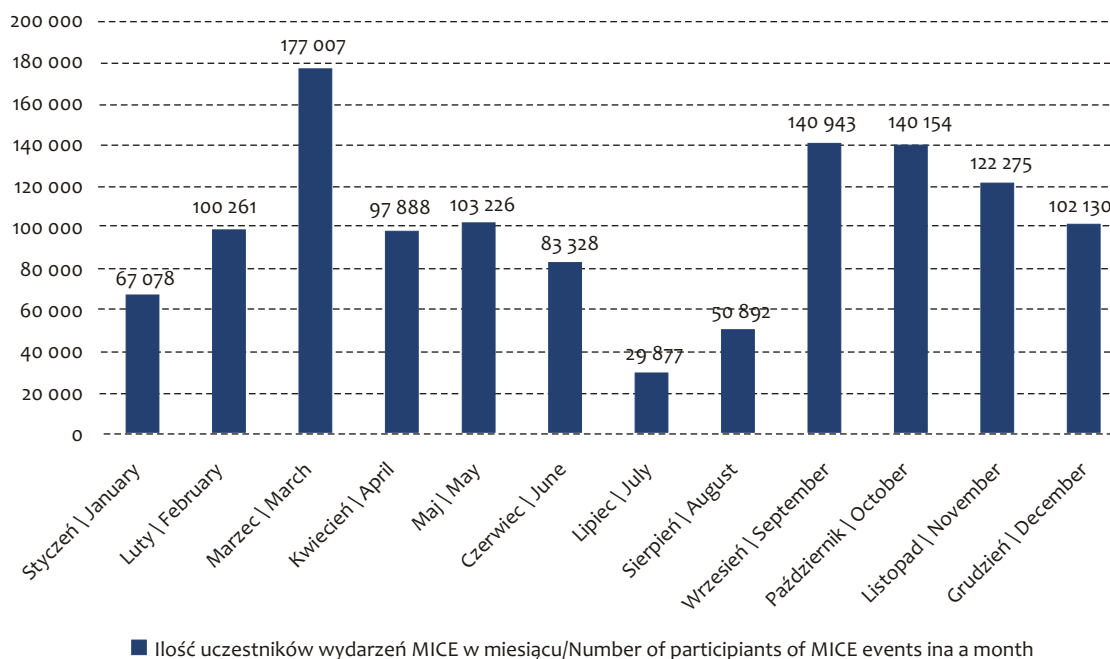
The structure of the MICE event market in Warsaw according to theme is much more balanced than all of the other divisions. Although the main theme of 33% of all events was specified as „marketing and sales”, and it dominates on the market throughout the year, the percentage values for the remaining types of events is rather similar. The highest percentage of these events on the market was recorded in 2010 in February and during the spring high season. The second largest group consists of meetings dedicated to science, technology and IT – their market share is very similar throughout the year, being only slightly higher in the first half. The share of the remaining 3 groups is very much alike, and it changes throughout the year, without any visible trends. Nevertheless, in year 2010, there was a visibly greater number of events dedicated to medicine and pharmacy during the first half, while the second half of the year was dominated by meetings that concerned economy and science; however, no strong patterns were recorded in this regard. It is worth noting that as many as 15% of all events were classified as „other”, which may be due to difficulties associated with clear specification of the theme of the meetings and events by employees of the organizing facilities.

ANALIZA RYNKU MICE W WARSZAWIE

ANALYSIS OF THE MICE MARKET IN WARSAW

Struktura rynku wg liczby uczestników wydarzeń MICE zorganizowanych w Warszawie

Market structure according to the number of participants of MICE events organized in Warsaw



Źródło: Horwath HTL

Source: Horwath HTL

ANALIZA RYNKU MICE W WARSZAWIE

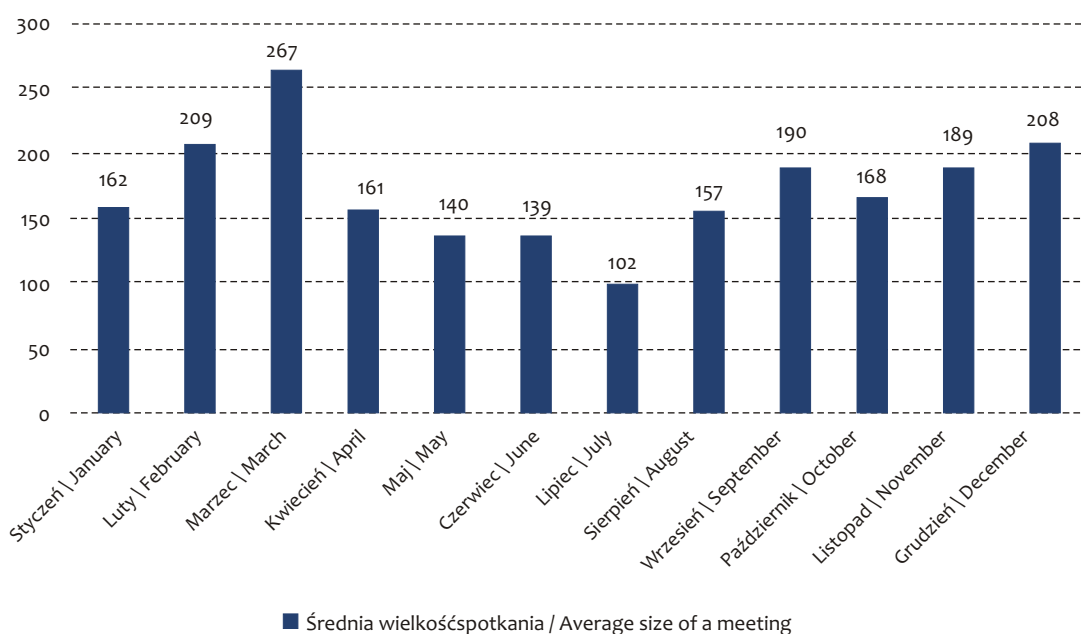
ANALYSIS OF THE MICE MARKET IN WARSAW

Analiza rynku wydarzeń MICE pod względem liczby uczestników wykazuje duży stopień korelacji z analizą pod względem liczby zorganizowanych wydarzeń i spotkań. Trend jest praktycznie rzecz biorąc zbieżny, charakteryzuje się występowaniem wysokich i niskich sezonów dokładnie w tym samym czasie (tzn. wysokie sezony od marca do czerwca i od września do listopada). Jedyna widoczna różnica to znacząco większa liczba uczestników wydarzeń i spotkań w marcu, co tłumaczyć należy dużą liczbą zorganizowanych w mieście targów (patrz poprzednie wykresy), które tradycyjnie przyciągają dużą liczbę odwiedzających.

Analysis of the market of MICE events from the perspective of the number of participants shows a strong correlation with analysis of the number of events and meetings organized. There is a virtually identical trend – high and low seasons occur in the same time periods (that is, high season from March till June and September till November). The only visible difference is a significantly greater number of participants of events and meetings in March, which can be explained by the high number of trade fairs organized in the city in this period (see the previous charts), which traditionally attract large numbers of visitors.

Średnia wielkość wydarzenia MICE w Warszawie w roku 2010

Average size of MICE event in Warsaw in 2010



Źródło: Horwath HTL

Source: Horwath HTL

Do ciekawych wniosków prowadzi też analiza przeciętnej wielkości wydarzenia MICE w Warszawie w 2010 roku, która dla całego rynku wyniosła w tymże roku 178 uczestników na 1 wydarzenie. Przeciętną tą zdecydowanie zawyżają uwzględnione w analizie, zwykle wielotysięczne imprezy targowe, a zaniżają małe szkolenia organizowane w niewielkich hotelach. Inne niż w poprzednich przypadkach wnioski można wyciągnąć też na podstawie analizy sezonowości – największe imprezy odbywają się głównie w niskich sezonach i na początku sezonów wysokich (miesiące marzec i wrzesień). Podyktowane jest to w większości przypadków względami ekonomicznymi – w czasie niskiego sezonu organizacja największych imprez (targów, kongresów, konferencji) jest zwykle po prostu tańsza.

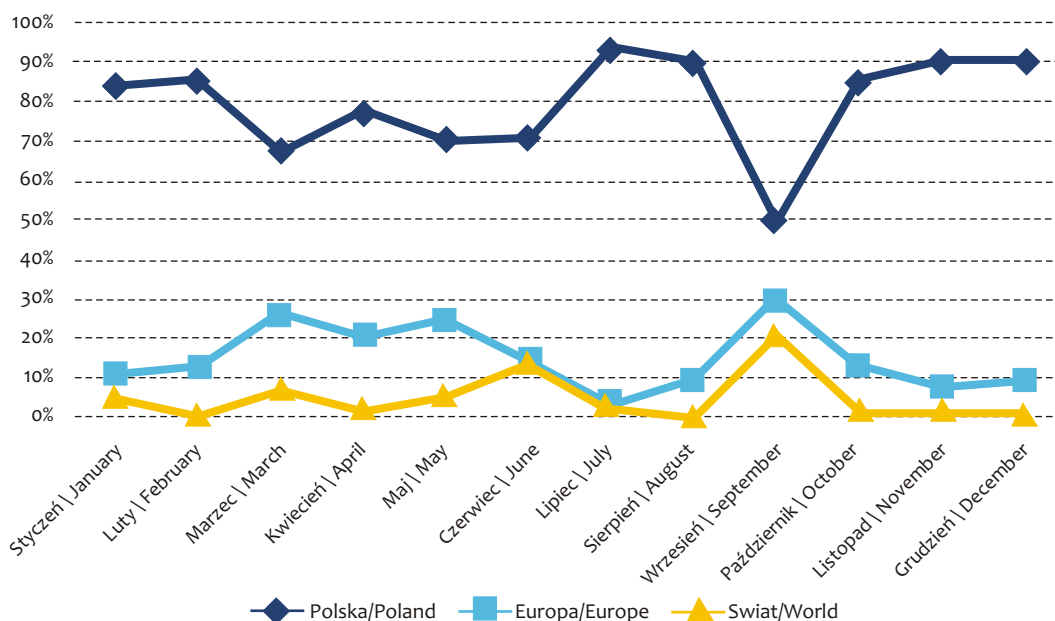
Interesting conclusions can be drawn from analysis of the average size of a MICE event in Warsaw in year 2010, which amounted to 178 participants per event during this year. This average is substantially overestimated by the trade fair events, taken into account in the analysis, attracting thousands of participants, and it is underestimated due to inclusion of trainings organized in smaller hotels. Other conclusions can be drawn on the basis of analysis of seasonality – the largest events are usually held during the low season periods and at the beginning of the high season (March and September). This is due mainly to economic reasons – during the low season, organization of the largest events (trade fairs, congresses, conferences) is usually simply cheaper.

ANALIZA RYNKU MICE W WARSZAWIE

ANALYSIS OF THE MICE MARKET IN WARSAW

Struktura rynku wg pochodzenia uczestników wydarzeń
MICE zorganizowanych w Warszawie

Market structure according to the origin of participants
of MICE events organized in Warsaw



Źródło: Horwath HTL

Ponad 3/4 uczestników wydarzeń MICE odbywających się w Warszawie jest Polakami, zwykle pracownikami firm z Warszawy i innych miast Polski. Ich udział w strukturze rynku jest zdecydowanie najwyższy w ciągu całego roku i oscyluje w granicach od ok. 70% (miesiące szczytu wiosennego) do ok. 90% (niski okres – wakacje). Udział osób innej narodowości jest już zdecydowanie niższy, jednakże rośnie w okresach wysokiego sezonu by maleć w gorszych dla branży miesiącach. W 2010 roku odnotowano też jedną anomalię, jaką była sytuacja we wrześniu – oceniamy, że była to sytuacja jednorazowa, spowodowana nałożeniem się terminów kilku ważnych imprez międzynarodowych, jak np. TT Warsaw i innych. W wypadku obcokrajowców, przez cały rok liczba tych pochodzących z krajów europejskich była 2-3 razy wyższa niż w przypadku innych, co podkreśla związki Polski z sąsiadami i państwami-członkami Unii Europejskiej.

Source: Horwath HTL

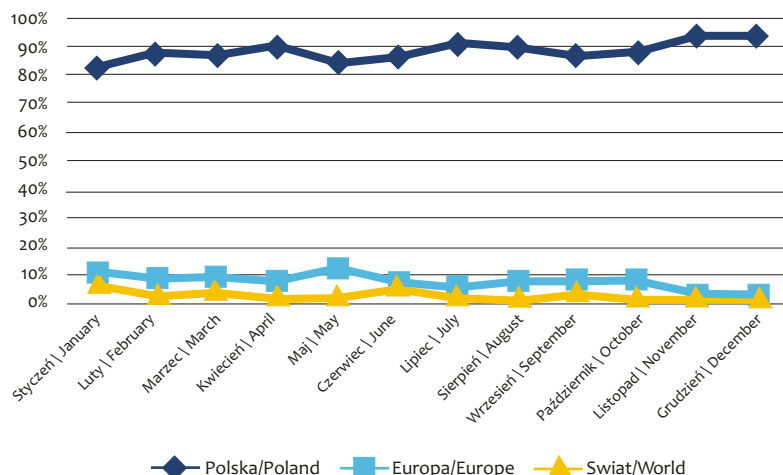
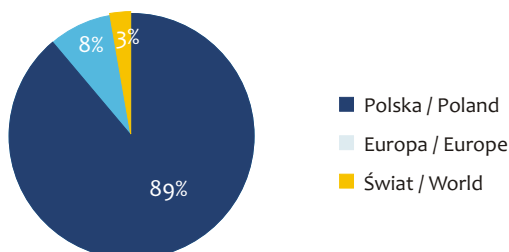
More than 3/4 of participants of MICE events held in Warsaw are Polish – usually, they are employees of companies from Warsaw and other cities of Poland. Their share in the market structure is decisively the highest throughout the year, oscillating from around 70% (the spring high season) to about 90% (low season – vacation period). The share of persons of other nationalities is much lower; however, it increases during the high season period to decrease during those months, which are less profitable for the sector. A single anomaly was also recorded in September of year 2010 – we estimate that it was a single-time situation, resulting from the fact that several important international events overlapped, including e.g. TT Warsaw and others. In the case of foreigners, throughout the entire year, the number of those coming from European countries was 2 – 3 times higher than that of the others, which indicates the strength of bonds between Poland and its neighbors, as well as the European Union member states.

ANALIZA RYNKU MICE W WARSZAWIE

ANALYSIS OF THE MICE MARKET IN WARSAW

Struktura rynku wg pochodzenia organizatorów wydarzeń MICE zorganizowanych w Warszawie

Market structure according to origin of organizers of MICE events held in Warsaw



Źródło: Horwath HTL

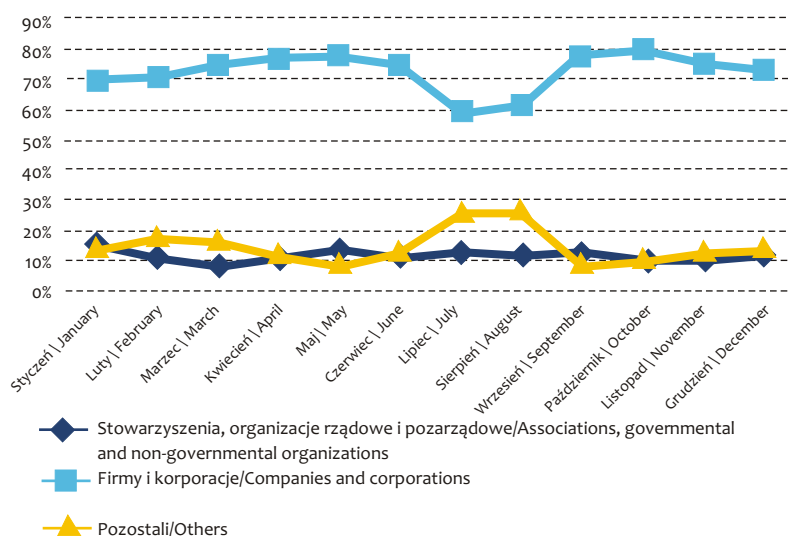
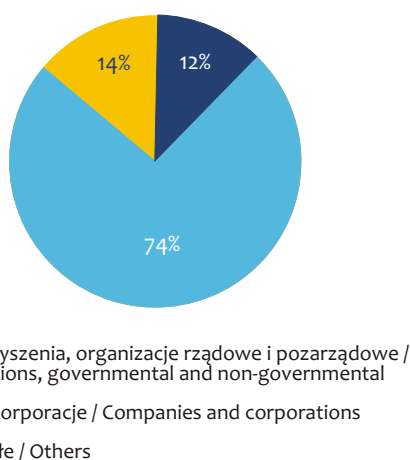
Source: Horwath HTL

Wśród organizatorów wydarzeń MICE w Warszawie dysproporcja w ich pochodzeniu jest jeszcze większa i wypada na rzecz tych krajowych - wynosi 89% i waha się od ok. 85% do 95%. Nieznaczne spadki notowane są tylko w wysokim sezonie, na rzecz organizatorów zagranicznych z krajów europejskich (8%) oraz pozaeuropejskich (3%). W tych okresach rośnie też liczba uczestników z krajów innych niż Polska. Nie można jednak wysnuć jednoznacznych wniosków, że zagraniczni organizatorzy skupiają się głównie na zagranicznych uczestnikach.

Among the organizers of MICE events in Warsaw, the disproportion in their origin is even greater – this group is dominated by the Poles at the level of 89% and ranging from 85% to 95%. Slight decreases are recorded only in the high season, on behalf of foreign organizers from European countries (8%) and from outside Europe (3%). In these periods, the number of participants from countries other than Poland also increases. However, it is impossible to conclude that foreign organizers focus mainly on foreign participants.

Struktura rynku wg typów organizatorów wydarzeń MICE zorganizowanych w Warszawie

Market structure according to the type of organizer of MICE events held in Warsaw



Źródło: Horwath HTL

Source: Horwath HTL

Przeprowadzona analiza struktury organizatorów potwierdza stawiane wcześniej tezy o biznesowym charakterze miasta i uzasadnia sezonowość organizowanych wydarzeń i spotkań. Prawie 3/4 organizatorów wydarzeń MICE i spotkań określonych zostało jako firmy i korporacje, których udział w rynku kształtuje się dokładnie tak samo jak sezonowość wydarzeń i spotkań opisywana wcześniej. Pokazuje to, jak wielki wpływ wywierają oni na sytuację na rynku. Drugą największą grupą (14%) są organizatorzy różnych typów, sklasyfikowani jako pozostali, którzy są grupą bardzo wewnętrznio zróżnicowaną – od osób prywatnych do np. związków wyznaniowych. Udział tych organizatorów wydarzeń znacząco się zwiększa w tzw. niskim sezonie, gdy spadają ceny na rynku MICE i gdy nie ma zainteresowania ze strony klientów korporacyjnych. Bardzo stabilnie kształtuje się za to udział w rynku w ciągu roku stowarzyszeń i organizacji (12%), który praktycznie cały czas jest na zbliżonym poziomie.

The analysis of structure of the organizers confirms the thesis of the business character of the city, justifying the seasonal character of the events and meetings organized. Almost 3/4 of organizers of MICE events and meetings were referred to as companies and corporations; their market share reflects clearly the seasonality of events and meetings, described above. This shows that their impact on the market is substantial. The second largest group (14%) consists of organizers of various types, classified as „other” – this group is very diversified, from private persons to religious associations. The share of these organizers grows substantially in the so-called low season, when the prices on the MICE market drop and there is no interest in event organization among the corporate clients. On the other hand, the market share of associations and organizations is very stable throughout the year (12%), maintaining a similar level at all times.

Warszawa to największy ośrodek miejski w kraju, który ze względu na pełnione funkcje i swoją lokalizację ma ogromny potencjał do zajęcia silnej pozycji na mapie światowych i europejskich destynacji typu MICE. Rzeczony potencjał jest już wykorzystywany, jednakże nie w pełni – do tego do tej pory brakowało przede wszystkim infrastruktury (komunikacyjnej i konferencyjnej), jednakże ta sytuacja zmienia się na lepsze praktycznie z roku na rok. Rozwija się lotnisko, powstają nowe drogi, a linie kolejowe są remontowane i modernizowane. Realizowane są też nowe projekty infrastruktury koniecznej do organizacji wydarzeń MICE i spotkań czyli sale konferencyjne, a także powstaje bardzo wiele miejsc noclegowych w nowych hotelach wysokiej klasy w mieście. W perspektywie najbliższych 2-3 lat Warszawa będzie jednym z najbardziej znaczących centrów organizujących wydarzenia MICE w Europie.

Stołeczny rynek wydarzeń MICE i spotkań jest największy w kraju i należy do czołówki miast w tej części Europy. Chociaż rozmiarem i popularnością ustępuje jeszcze Pradze czy Budapesztowi to różnice te mogą być zatarte w ciągu najbliższego czasu, głównie dzięki rozwojowi infrastruktury miasta oraz podejmowaniu działań marketingowych na rzecz jego promocji w świecie.

W skali kraju Warszawa jest zdecydowanym liderem, z powodów wymienianych wcześniej, takich jak dogodna lokalizacja, fakt bycia stolicą kraju czy to, że jest siedzibą wielu ogólnokrajowych i międzynarodowych firm. To właśnie biznes i wspomniane firmy napędzają stołeczny rynek MICE. Z tego też powodu stołeczny rynek charakteryzuje się zjawiskami typowymi dla rozwiniętych rynków MICE w miejskich, biznesowych destynacjach, jak np. dwoma wysokimi sezonami (od marca do czerwca i od września do listopada) czy dużą przewagą spotkań organizowanych przez firmy dla swoich własnych potrzeb i wysokim udziałem Polaków w strukturze uczestników i organizatorów wydarzeń MICE. Ocenia się, że z roku na rok sytuacja ta będzie się zmieniać wraz z rosnącą popularnością Warszawy za granicą i wzrostem znaczenia jej położenia niejako na styku wschodu i zachodu Europy. Już obecnie z wielu względów (relatywnie niskie w porównaniu z zachodem ceny, urok miasta, dobra baza konferencyjna i noclegowa) stolica Polski jest miejscem, w którym warto być, a jej zapowiadany i przewidywany rozwój bardzo szybko uczyni z niej jedno z pierwszych miast, które znajdą się na listach wielu organizatorów wydarzeń MICE i spotkań na całym świecie.

Warsaw is the largest urban center in the country, which, due to its function and location, has a great potential to occupy a strong position on the map of global and European destinations for MICE events. This potential is already being used; however, only partially – as it requires a good infrastructure (in terms of transport and conference facilities) – the situation is changing for better year after year. The airport is being developed, new roads are being built, railways are being renovated and modernized. New infrastructural projects are also being implemented, which are necessary for organization of MICE events, as well as conference halls, and many accommodation facilities are provided by new high class hotels. In the perspective of the next 2 to 3 years, Warsaw will become one of the most significant MICE event destinations in Europe.

The MICE event market of the capital city is the largest in the country and it occupies a leading position among the cities of this part of Europe. Although Prague and Budapest are still more popular, these differences may diminish over time, mainly thanks to development of the city infrastructure and marketing activities, aimed at its promotion in the world.

On the national scale, Warsaw is unquestionably a leader, due to the reasons listed above, such as good location, the fact that it is the country's capital and home to many international and domestic companies. It is these companies and their business activity that serve as a driving factor for the local MICE market. Therefore, the MICE market of the capital city is characterized by features that are typical for developed MICE markets in business urban destinations, such as two high seasons (March to June and September to November) or a significant dominance of events organized by companies for their own needs, as well as a high share of the Poles in the structure of participants and organizers of MICE events. It has been estimated that the situation will be changing along with the growing popularity of Warsaw abroad and the increasing significance of its location at the boundary between Eastern and Western Europe. Even now, due to many reasons (relatively low prices in comparison with the West, beauty of the city, good conference and accommodation base), the capital of Poland has become a place worth visiting, and its development, which has been forecasted and expected, will quickly turn it into one of the first cities to be included on the list of many organizers of MICE events and meetings throughout the world.



Warsaw Convention Bureau / Warsaw Tourist Office
00-277 Warszawa, Pl. Zamkowy 10
Tel. (+48 22) 629 07 50, faks (+48 22) 628 66 02
e-mail: wcb@warsawconvention.pl
www.warsawconvention.pl



Doradztwo hotelowe oraz turystyczne
Hotel and tourism consulting
Salzburg Office Center
02-019 Warszawa, ul. Grójecka 5
Tel. +48 22 44 00 200, fax +48 22 44 00 201
E-mail: office@horwathhtl.pl
www.horwathhtl.pl