

Przemysł spotkań w Warszawie Warsaw Meetings Industry

Raport 2012 Report 2012

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	13	ACCESSIBILITY OF WARSAW
Transport lotniczy	14	Air transport
Koleje	17	Railway
Drogi	19	Roads
PRZEMYSŁ SPOTKAŃ W WARSZAWIE	21	MEETINGS INDUSTRY IN WARSAW
EUROPA ŚRODKOWA	23	CENTRAL EUROPE
WARSZAWA W POLSCE	26	WARSAW IN POLAND
WYDARZENIA W WARSZAWIE	28	EVENTS IN WARSAW
PODAŽ OBIEKTÓW KONFERENCYJNYCH W WARSZAWIE	30	THE SUPPLY OF CONFERENCE VENUES IN WARSAW
ANALIZA PRZEMYSŁU SPOTKAŃ W WARSZAWIE	32	ANALYSIS OF THE MEETINGS INDUSTRY IN WARSAW
SYTUACJA PRZEMYSŁU SPOTKAŃ - ROK 2011 VS. ROK 2010	41	SITUATION OF THE MEETINGS INDUSTRY - 2011 VS. 2010
PODSUMOWANIE	42	SUMMARY

WSTĘP INTRODUCTION

Szósta edycja raportu "Przemysł Spotkań w Warszawie" jest wyjątkowa ze względu na ilość udokumentowanych i scharakteryzowanych wydarzeń, jakie odbyły się w stolicy w 2011 roku. W stosunku do raportu z roku 2010 ilość pozyskanych danych wzrosła bowiem o ponad 700%, co przy zachowaniu poziomu szczegółowości zbieranych danych jest wielkim sukcesem. Oznacza to, że z roku na rok raport staje się nie tylko coraz bardziej miarodajnym narzędziem marketingowym dla przedstawicieli lokalnej branży spotkań, ale również wiarygodnym dowodem na to, że przemysł spotkań w istotny sposób stymuluje rozwój destynacji.

Systematyczny rozwój Warszawy jako miasta wydarzeń biznesowych potwierdza także tegoroczny raport ICCA "Country and Cities Rankings 2011", w którym stolica awansuje z 65 na 28 miejsce, poprzez wykazanie 65 (a nie 28 jak w poprzednim roku) dużych kongresów stowarzyszeń. Zajmując wysoką pozycję w rankingu, Warszawa wyprzedza nie tylko inne polskie miasta, ale również takie destynacje turystyki biznesowej jak Genewa, Frankfurt, Ateny, Dubaj, Moskwa, Tokio czy Waszyngton.

Przytoczone powyżej liczby dowodzą, że Warszawa trafnie wykorzystała swój potencjał jako miasta spotkań i konsekwentnie buduje swoją pozycję wśród innych europejskich metropolii. O jej przewadze konkurencyjnej decydują między innymi jakość usług, rozbudowana, nowoczesna infrastruktura oraz wciąż relatywnie niewyśrubowane koszty organizacji wydarzeń. Niewątpliwie pomocne w rozwoju każdej destynacji są wydarzenia takiego formatu jak Prezydentacja Polski w UE czy UEFA EURO 2012™, których Warszawa była gospodarzem. Zapewniają one bowiem nie tylko dużą ekspozycję w mediach na kilka lat przed ich rozpoczęciem, ale przede wszystkim znaczco zwiększą zaufanie do destynacji u decydentów rozstrzygających o miejscu odbycia się kongresów i konferencji. Zapraszamy zatem do Warszawy, polskiej stolicy przemysłu spotkań!

Tegoroczny raport, podobnie jak poprzedni, został przygotowany przez firmę Horwath HTL, eksperta consultingu w sektorze hotelowym i turystycznym.

Zespół Warsaw Convention Bureau

The 6th edition of the report "Industry Meeting in Warsaw" is unique due to the number of documented and characterized events that took place in the Polish capital in 2011. In relation to the report of the year 2010 this number has increased by over 700%, which, maintaining the level of detail of the collected data, is a great success. This means that each year the report is not only becoming more authoritative marketing tool for the local meetings organizers, but also a credible evidence that the meetings industry significantly stimulates the development of destinations.

Systematic development of Warsaw as a business tourism destination business is confirmed by this year's ICCA report, "Country and Cities Rankings 2011," in which the capital advances from 65th to 28th place, by showing the 65 (not 28 as in the previous year) large association congresses. Such a high position in the ranking proves that Warsaw is not only leading among other Polish cities, but is ahead of main global congress destinations such as Geneva, Frankfurt, Athens, Dubai, Moscow, Tokyo and Washington.

The above numbers show that Warsaw takes advantage of its potential and consistently builds the position among other European and world cities. Its competitive advantage is determined mainly by the quality of services, an extensive, modern infrastructure and relatively reasonable costs of event production. Additionally, international events hosted in Warsaw such as Polish Presidency in the EU Council and UEFA EURO 2012™, are very helpful in developing a meetings destination. They provide not only a large exposure in the media a few years before they start, but above all significantly increase confidence in the decision-makers choosing the place for their next congresses and conferences. This year's report, like the previous one, was prepared by Horwath HTL, expert consulting in the hospitality industry and tourism.

We invite you to Warsaw, the Polish capital of the meetings industry!

Warsaw Convention Bureau Team

SŁOWO OD AUTORÓW

A WORD FROM THE AUTHORS

Z największą przyjemnością przedstawiamy Państwu kolejną edycję raportu „Przemysł spotkań w Warszawie”, który swoim zasięgiem obejmuje sytuację na rynku za rok 2011. Rok ten pod względem gospodarczym był dla Polski okresem dosyć dobrym, o czym świadczy relatywnie wysokie tempo wzrostu gospodarczego, pomimo niekorzystnych tendencji na rynkach światowych. Wzrost gospodarczy napędzany był przez konsumpcję i inwestycje, a także popyt zewnętrzny, aczkolwiek w mniejszym stopniu.

Rok 2011 to jednakże czas dużej niepewności rynkowej, na którą wciąż oddziaływały skutki zapaści lat 2008-2009. Miało to też wpływ na przemysł spotkań, kiedy to co prawda odbywało się więcej wydarzeń niż w roku poprzednim, jednakże sytuacja jeszcze wciąż nie wróciła na ścieżkę intensywnego wzrostu, który miał miejsce w okresie przedkryzysowym i wciąż trudno jest wyrokować kiedy wróci, i czy w ogóle. Rok 2011 był dla Polski szczególnie istotny, gdyż był to czas intensywnych przygotowań do Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012™ oraz polskiej prezydencji w UE (w drugiej połowie 2012). Wielomiliardowe inwestycje w infrastrukturę drogową, kolejową, sportową, a także hotelową sprawiają, że Polska staje się coraz bardziej atrakcyjną destynacją, również dla organizatorów z branży spotkań.

Warszawa dobrze poradziła sobie z sytuacją pokryzysową, stołeczni organizatorzy konferencji potrafili utrzymać się na rynku, a nawet osiągać w tym czasie zyski. Rok 2011, podobnie jak rok 2010, przyniósł poprawę w porównaniu do lat wcześniejszych pod względem liczby wydarzeń zorganizowanych w Warszawie. Stolica Polski tradycyjnie już jest „ulubionym” miejscem do organizacji konferencji dla polskich organizatorów, a także budzi zainteresowanie podmiotów zagranicznych, gdyż jest pewną nowością i alternatywą dla standardowych destynacji MICE. Nie bez znaczenia jest też dobrze rozwinięta sieć połączeń lotniczych z Lotniska Chopina, która jest szczególnie ważna dla międzynarodowych organizatorów konferencji oraz ułatwia działania promocyjne na rzecz miasta, prowadzone m.in. przez Warsaw Convention Bureau i inne organizacje państwowie i prywatne.

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, przynajmniej o randze takiej jak Praga, a nawet wyższej. Korzystna lokalizacja Polski i jej stolicy, planowane otwarcie w roku 2012 drugiego lotniska dla Warszawy w Modlinie, które obsługiwać ma tanich przewoźników, 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. Tym co zasadniczo mogłoby podnieść atrakcyjność Warszawy, jest 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. Przedstawiciele branży często mówią, że ogromnym bodźcem rozwoju stolicy mogłoby być stworzenie wielofunkcyjnego centrum kongresowego w centralnej lokalizacji, które byłoby miejscem odbywania się najważniejszych wydarzeń o skali europejskiej czy wręcz światowej. Wszystkie te czynniki sprawiają, że przed stolicą Polski rysują się niewątpliwie pomysłowe perspektywy.

Już po raz drugi Warsaw Convention Bureau do współpracy przy tworzeniu tego opracowania zaprosiło niezależną firmę konsultingową Horwath HTL, która zebrała dane i opracowała niniejszy raport. Wierzymy, że będzie on źródłem nie tylko twardych danych o lokalnym rynku spotkań, ale również marketingowych argumentów, które wykorzystywane w Państwa codziennej pracy przyczynią się do dalszego dynamicznego rozwoju Warszawy jako destynacji MICE.

It is our pleasure to present you the next version of the “Warsaw Meetings Industry” Report, illustrating the market situation in 2011. This year was quite good for Poland from the economic perspective, due to a relatively fast pace of economic growth, despite adverse tendencies in the world markets. Economic growth was driven by consumption and investments, as well as external demand, although to the smallest degree. 2011 was still the time of big market uncertainty, caused all the time by the effects of the 2008-2009 collapse. It also affected the meetings industry; even though more events took place than in the previous year, but the situation has still not come back to the path of the intense growth, which had prevailed in the pre-crisis period and it is still difficult to judge when it returns, if at all.

2011 was especially important for Poland, since it was the time of intense preparations for the UEFA EURO 2012™, as well polish presidency in UE (second part of 2012) . Multi-billion investments in the road, railway, sports and hotel infrastructure make Poland a more and more attractive destination, also for the meetings industry.

Warsaw has dealt well with the post-crisis situation, the capital city conference organisers were able to stay at the market, and even gain profits in that period. 2011, similarly like 2010, brought an increase in comparison to the previous years as regards the number of events organised in Warsaw. The capital city of Poland traditionally is the “favourite” location for conferences for Polish organisers, and raises interest of foreign entities, since it constitutes a certain novelty and an alternative to standard MICE destinations. Another important factor is a well-developed network of flight connections from the Warsaw Chopin Airport, crucial for international conference organisers; it also furthers promotional activities for the city, run among others by the Warsaw Convention Bureau, as well as other state and private organisations.

The potential of Warsaw as a MICE destination is still not fully utilised. In our opinion, this city has a chance to become one of the leading centres in Europe, of the rank such as Prague, or even higher. A convenient location of Poland and its capital city, the opening of another Warsaw airport in Modlin planned for 2012, which will serve cheap carriers, can be for many organisers the key aspect to consider when selecting location for a special even or a conference. Also, a very interesting history of the city is very important, similarly like the fact that Warsaw is more and more beautiful every year. What could significantly increase the attractiveness of Warsaw would be a big increase in the number of conference centres in the city. Currently many organisers declare that they would like to come to Warsaw, but they are stopped by an excessive occupancy of the largest and best conference rooms in the city. According to the sector representatives, a huge stimulus to the capital city development could be the creation of a multi-function congress centre in the central location, which would become the location of the most important events at the European or even world scale. All these factors contribute to the fact that perspectives for the capital city of Poland are undoubtedly favourable.

It is already for the second time that the Warsaw Convention Bureau invited an independent consulting company - Horwath HTL to co-create this work: collect data and prepare the present report. We believe that it will be the source of not only hard drive data about the local meetings market, but also marketing arguments, which can be used in your daily work, as well as advance a further dynamic development of Warsaw as a MICE destination.

METODOLOGIA BADAŃ

RESEARCH METHODOLOGY

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 audit 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 wzięli udział reprezentanci wszystkich kategorii obiektów w mieście, czyli hotele (12 z 72 warszawskich hoteli), centra konferencyjne (2 obiekty) oraz centra targowe i wystawiennicze (3 obiekty). 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 organizowanych w danym obiekcie wydarzeniach w 2011 roku, w ujęciu miesięcznym. Ankietowani podawali dokładne dane ilościowe o liczbie imprez oraz liczbie uczestników tych imprez, które 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, typ i pochodzenie ich organizatorów oraz pochodzenie uczestników. Określenie tych parametrów było konieczne do przeprowadzenia jakościowej analizy przemysłu spotkań w Warszawie, która przedstawiona została w dalszej części raportu.

Data for the research was obtained directly from hotels and conference centres, and the participation in the research was voluntary in every case. The obtained information was accepted without verification, and its audit was not possible on account of the trade secret. The obtained data was aggregated in order to present the situation in the city in a complex way and identify trends for the whole market.

The research participants were representatives of all the categories of establishments in the city, i.e. hotels (12 out of 72 Warsaw hotels), conference centres (2 centres), as well as fair and exhibition centres (3 centres). The research group was selected in such way so that they represent in the possibly best way the whole supply side of conference centres operating in the city. Information was provided by persons employed in those centres, usually occupying managerial positions in sales and marketing departments. Their participation in the research consisted in filling in surveys in form of tables related to events organised in a given centre in 2011, on monthly basis. The people subject to the survey quoted specific quantitative data about the number of events, as well as the number of their participants, which is collected by those centres on a standard basis.

Furthermore, all the survey participants were asked to specify the structure of MICE events in their centres on account of the time of their duration, kind, subject-matter, type and origin of their organisers, as well as the origin of participants. It was necessary to specify these parameters in order to run the quality analysis of the meetings industry in Warsaw, which shall be presented in the next part of the report.

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 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 instytucji znaczących dla funkcjonowania państwa (Bank Centralny, Sąd Najwyższy, Giełda Papierów Wartościowych, itd.). Pełni też nadzczną 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 w sumie aż ok. 278 tys. studentów.

Podstawowe informacje o Warszawie

WARSZAWA / WARSAW

Powierzchnia / Surface

517,24 km²

Populacja / Population

1 727 tys. / 1 727 th

Gęstość zaludnienia / Population density

3339/km²

Prawa miejskie / Establishment of the city

około 1300 r. / around 1300

Prezydent miasta / President of the city

Hanna Gronkiewicz-Waltz

Źródło: Horwath HTL, na podstawie danych GUS

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 voivodeship, 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 voivodeship (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

1 727 tys. / 1 727 th

3339/km²

około 1300 r. / around 1300

Hanna Gronkiewicz-Waltz

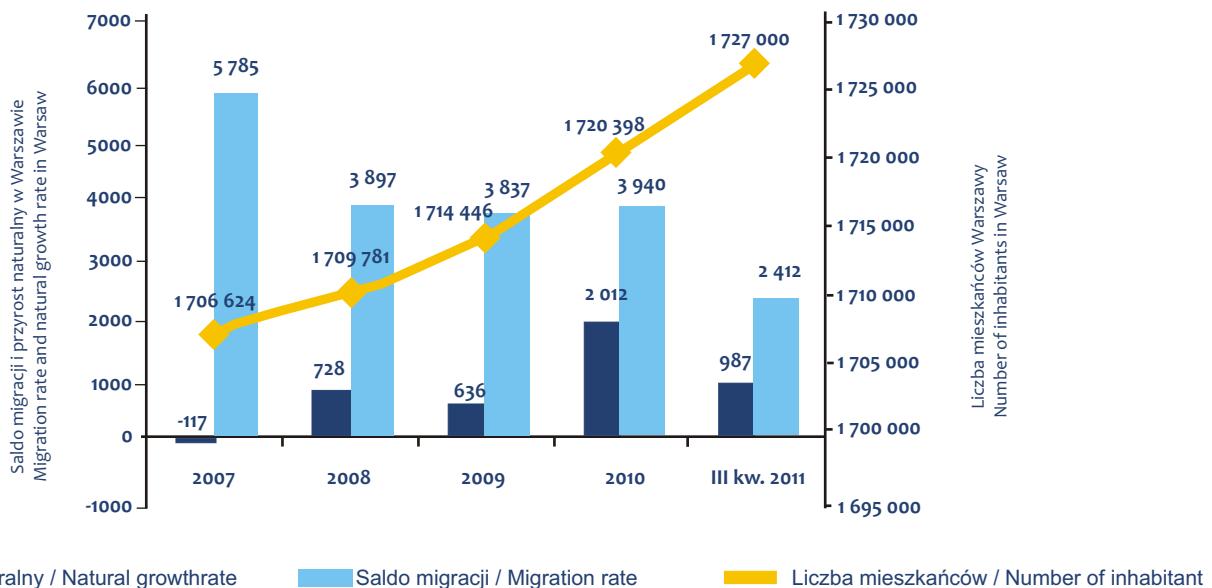
Source: Horwath HTL, based on Central Statistical Office

2. Ludność

2. Population

Zmiany liczby ludności w Warszawie

Changes in the population of Warsaw



Źródło: Horwath HTL, na podstawie danych GUS

Według oficjalnych danych GUS, w III kwartale 2011 roku w Warszawie mieszkało 1 727 tys. 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 napędzany jest głównie przez migracje osób z innych miast Polski, które przyjeżdżają tutaj w poszukiwaniu pracy lub na studia, po ukończeniu których rozpoczynają w Warszawie karierę zawodową. Napływ ten w ostatnich latach nieco się zmniejszał, głównie na skutek rozwoju pozostałych regionów Polski, w tym innych dużych miast, w których znaczaco zmniejszyły 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 w mieście 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.

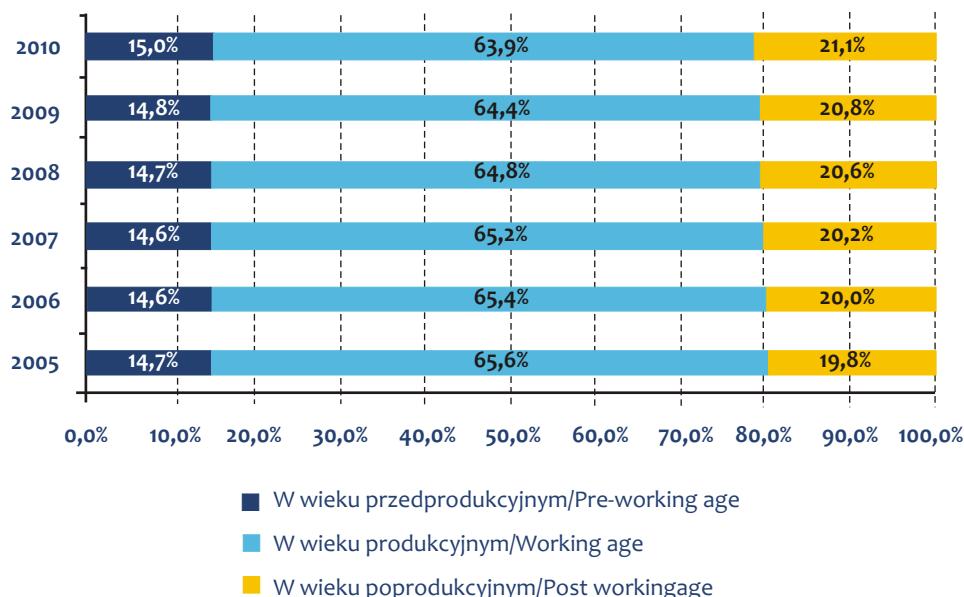
Source: Horwath HTL, based on Central Statistical Office

According to official data of the Central Statistical Office, in the third quarter of the year 2011, Warsaw had 1 727 thousand 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 wspomnianym wcześniej ciągłym napływie do miasta ludzi przyjezdzących 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

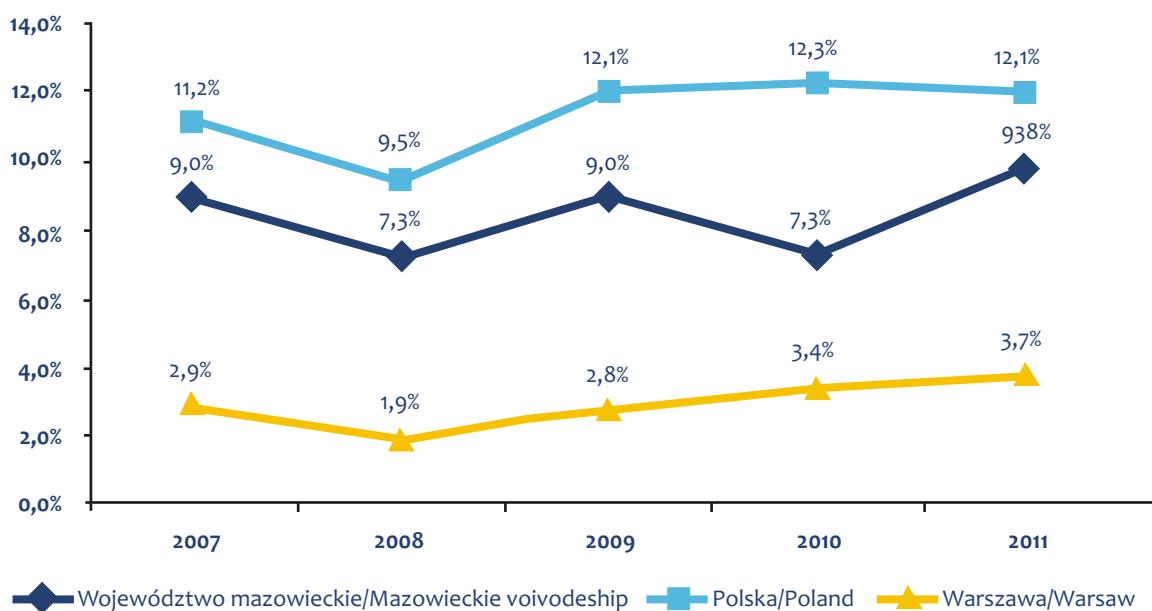
Warszawa to zdecydowanie największy ośrodek gospodarczy w kraju, z jednym z najwyższych poziomów PKB per capita i jedną z najwyższych średnich płac wśród miast polskich. Wszystkie te wskaźniki plasują Warszawę znacznie powyżej średniej dla polskich miast, jednakże cały czas jeszcze poniżej poziomu zachodnioeuropejskiego. Przeciętne zarobki mieszkańców Warszawy w końcu 2011 roku wynosiły 5 010 zł brutto, co jest wynikiem lepszym od średniej w kraju o około 1 000 zł, a mediana wynagrodzeń w Warszawie wynosi 5 500 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 2011 amounted to PLN 5 010, that is more than PLN 1 000 higher than the national average, while the median of wages in Warsaw has amounted to PLN 5 500.

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

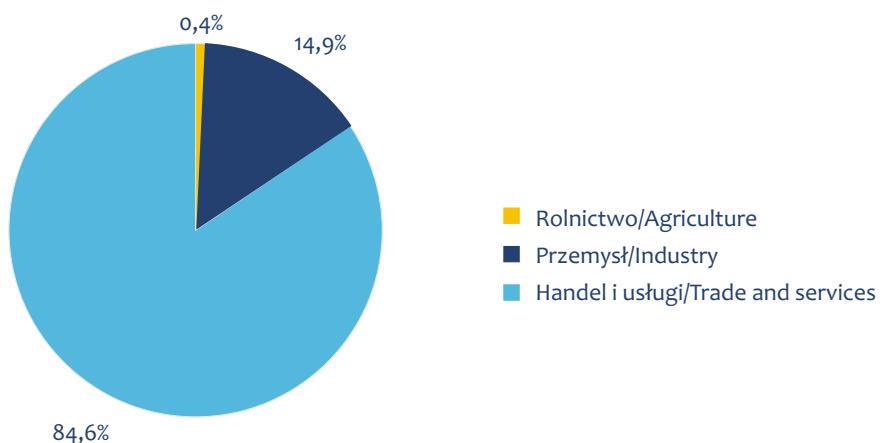
Source: Horwath HTL, based on Central Statistical Office

Poziom bezrobocia w Warszawie jest jednym z najwyższych wśród miast Polski i jest znacznie niższy niż na obszarze otaczającego województwa mazowieckiego i przeciętnie w Polsce. Stopa bezrobocia na obecnym poziomie 3,7% wskazuje, że jest to raczej bezrobocie frykcyjne niż strukturalne.

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 3.7% indicates that unemployment is rather frictional and not structural.

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 miast 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 i jest najkorzystniejsza dla trzeciego sektora wśród miast polskich.

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 w dużym stopniu 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, Henkel, Danone czy L’Oreal.

■ 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 notowane 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, jak Aviva Investors, Axa, Union Investment.

- ▶ Firmy ubezpieczeniowe, które mają w Warszawie swoje centrale, jak choćby PZU, Generali, Allianz, Warta, Aviva.

- ▶ 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, jak Ernst&Young, PricewaterhouseCoopers, KPMG, Deloitte.

- ▶ Firmy doradztwa strategicznego jak McKinsey&Company czy BCG

- ▶ Firmy konsultingowe działające na rynku nieruchomości, pośredniczące w ich wynajmie i sprzedaży oraz doradzające w zakresie ich funkcjonowania, jak Jones Lang LaSalle czy Colliers International.

■ Firmy sektora IT:

- ▶ Firmy świadczące usługi konsultingowe w zakresie IT, np. IBM, Accenture.

- ▶ Firmy produkujące oprogramowanie komputerowe i telefony komórkowe, np. Asseco, Comarch.

■ 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 of 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, Henkel, Danone or L’Oreal.

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

- ▶ The Polish ones – most of these have 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, such as Aviva Investors, Axa, Union Investment.

- ▶ Insurance companies having their head offices in Warsaw, such as PZU, Generali, Allianz, Warta, Aviva.

- ▶ 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, such as Ernst&Young, PricewaterhouseCoopers, KPMG, Deloitte.

- ▶ Strategic consulting companies, such as McKinsey&Company or BCG.

- ▶ Consulting companies operating on the real estate market, serving as agents for lease and sale and providing consulting services in terms of functioning, such as Jones Lang LaSalle, Colliers International.

■ IT sector companies:

- ▶ Companies rendering consulting IT services, such as IBM, Accenture.

- ▶ Manufacturers of computer and cell phone software, for example Asseco, Comarch.

■ 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 dynamicznie, głównie 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 przezywać 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 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 takiemu ułożeniu, Warszawa jako jedyna ze stolic europejskich posiada niezwykle dobre perspektywy kształtowania pożąданiej 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.

W ostatniej edycji corocznego raportu European Cities Monitor (ECM) firmy Cushman & Wakefield Warszawa zajęła 1-sze miejsce w rankingu najniższych kosztów powierzchni biurowej w stosunku do jej standardu. Wysoką 5-tą pozycję zajęła w zestawieniu punktującym warunki jakie rząd tworzy dla biznesu. Na tej liście Warszawa wyprzedziła takie miasta jak Wiedeń, czy Praga. Zwieńczeniem omawianego raportu jest ranking miast, w których inwestorzy będą inwestować w ciągu najbliższych 5 lat najczęściej, w którym stolica Polski uplasowała się na wysokim 3-cim miejscu, ustępując Moskwie i Londynowi. Warto zaznaczyć, że raport ECM jest tworzony na podstawie ankiety przeprowadzonej wśród 500 przedstawicieli europejskich koncernów.

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.

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 cost of office space in relation to its standard. It occupied the high 5th position in the ranking of favorable business conditions, provided by the government. On this list, Warsaw outstripped such cities as Vienna or Prague. 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 3rd position, falling behind London and Moscow. It is worth noting that the ECM report is prepared on the basis of a questionnaire, distributed among 500 representatives of European corporations.

O atrakcyjności Warszawy pod względem inwestycji w nieruchomości świadczy opublikowany na Międzynarodowych Targach Nieruchomości i Inwestycji MIPIM 2012 w Cannes raport z badania intencji inwestorów na rynku nieruchomości, w którym to Warszawa zajęła 2-gie miejsce. Stolicę Polski wyprzedził jedynie Londyn, który okazał się bezapelacyjnym liderem wśród typowanych miast. Tak wysoka pozycja Warszawy związana jest z wizerunkiem Polski, jako kraju o mocnych fundamentach gospodarczych, odpornym na niekorzystną koniunkturę zewnętrzną.

Wszystkie powyższe rankingi pokazują, że potencjał miasta, zwłaszcza biznesowy, dostrzegany jest na arenie międzynarodowej i już w najbliższym czasie należy spodziewać się kolejnych inwestycji, zwłaszcza w sektorze usług.

Warszawa przez cały czas dynamicznie się rozwija, a wspominany wcześniej kryzys gospodarczy spowolnił ten trend 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, o czym świadczy raport firmy Cushman & Wakefield. Warszawa pod koniec roku 2011 oferowała ponad 3,5 mln m² nowoczesnej powierzchni biurowej. W ostatnich latach odnotowano znaczące wzrosty powierzchni biurowej, która bardzo szybko była wynajmowana. Co prawda w ostatnich latach wzrost podaży powierzchni biurowej maleje, aczkolwiek w mieście istnieje jeszcze wiele niezakończonych, budowanych lub planowanych powierzchni tego typu.

Zmiany podaży powierzchni biurowej w Warszawie

LATA / YEARS	ŁĄCZNA PODAŻ W M ² / TOTAL SUPPLY M ²	ZMIANA W % / CHANGE IN %
Q3 2007	2 690 704	-
2008	2 982 000	10,83%
2009	3 248 200	8,93%
2010	3 443 200	6,00%
2011	3 530 980	2,55%

Źródło: Horwath HTL, na podstawie informacji prasowych

Ocenia się, że lata 2012 - 2013 przyniosą rekordowe wzrosty w podaży powierzchni biurowej w stolicy, co związane jest z wieloma zaczątymi już inwestycjami, 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 jako destynacja stricte biznesowa. Wymienionym stronom zależy też na tym, by Warszawa była miastem przyjaznym do codziennego życia oraz atrakcyjnym dla turystów – zarówno wypoczynkowych (leisure) jak i biznesowych, przyjeżdżających na spotkania i wydarzenia z branży spotkań. W tym celu realizowanych jest wiele inwestycji publicznych. W Wieloletniej Prognozie Finansowej Miasta Stołecznego Warszawy na lata 2011 – 2033, dokumentem 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).

The attractiveness of Warsaw in terms of investment in real estate, confirms the report published in the International Real Estate Show for Professionals MIPIM 2012 in Cannes that analyzes intentions of investors in the property market, in which Warsaw took second place. Polish capital was surpassed only by London, which proved to be the clear leader among the contenders cities. This high position of Warsaw is associated with the image of Polish as a country with strong economic base, resistant to unfavorable external economic situation.

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, as evidenced by Cushman & Wakefield report. Warsaw at the end of the year 2011 offered over 3,5 million m² of modern office space. In the recent years, a substantial increase has been recorded, and office space was leased very quickly. Although, lately the increase of the office space supply is decreasing, in the city there is still many unfinished or planned spaces of this type.

Changes in the supply of office space in Warsaw

Source: Horwath HTL, on the basis of press information

It is estimated that the years 2012 - 2013 will bring record-breaking growth in the supply of office space in Warsaw, 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 city good 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 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 program is to be supported by the funds obtained from sale of property and privatization (PLN 2,3 billion in years 2011-2015).

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 zebrać z dawnym wizerunkiem miasta komunistycznego, które obecnie postrzegane jest jako jeden z najważniejszych ośrodków Europy Środkowowschodniej.

Stolica Polski jest obecnie jednym z najprężniej rozwijających się ośrodków miejskich w Polsce i w Europie. Jej dawny negatywny wizerunek jako miasta mało interesującego 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.

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.

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 unattractive 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 on the basis of 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 renovated or modernized, as well as parks (e.g. Łazienki Królewskie, 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 unattractive 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 low cost 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 action „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.

Warszawa jest położona w centralnej Polsce, a przez to znajduje się na trasie 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 and 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.

DOSTĘPNOŚĆ KOMUNIKACYJNA WARSZAWY

ACCESSIBILITY OF WARSAW

1. Transport lotniczy

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

Polskie porty lotnicze wg liczby pasażerów w latach 2007-2011 (dane w tysiącach)

PORT LOTNICZY / AIRPORT	2007	2008	2009	2010	2011	Zmiana / Change 2011/2010	Udział / Share 2011
WARSZAWA - OKĘCIE	9 268	9 436	8 282	8 666	9 323	8%	43%
Kraków - Balice	3 042	2 895	2 661	2 839	2 994	5%	14%
Katowice - Pyrzowice	1 962	2 406	2 301	2 366	2 501	6%	12%
Gdańsk - Rębiechowo	1 708	1 951	1 891	2 210	2 450	11%	11%
Wrocław - Strachowice	1 267	1 480	1 324	1 598	1 606	1%	7%
Poznań - Ławica	863	1 255	1 249	1 384	1 426	3%	7%
Rzeszów - Jasionka	274	321	381	451	488	8%	2%
Łódź - Lublinek	312	341	312	413	390	-6%	2%
Szczecin - Goleniów	228	298	277	268	258	-4%	1%
Bydgoszcz - Szwederowo	182	264	265	266	268	1%	1%
RAZEM / IN TOTAL	19 112	20 652	18 946	20 469	21 711	6%	100%

Źródło: Urząd Lotnictwa Cywilnego

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 – Warsaw Chopin Airport, offering the largest number of connections and serving the largest number of passengers.

Polish airports according to number of passengers in years 2007-2011 (data in thousands)

Source: Office for Civil Aviation

Port Lotniczy Chopina w Warszawie jest największym lotniskiem w kraju i obsługuje przeważającą w porównaniu z innymi polskimi portami liczbę pasażerów (43% wszystkich pasażerów). Lotnisko w Warszawie, tak jak i cały rynek, odbudowuje się po światowym kryzysie i gwałtownym spadku liczby obsługiwanych pasażerów w roku 2009. Już rok 2010 przyniósł wzrosty w stosunku do roku poprzedniego o 5%, natomiast sytuacja roku 2011 wyraźnie pokazuje powrót przedkryzysowej tendencji, kiedy to nastąpił wzrost liczby pasażerów w stosunku do roku poprzedniego o 8%. Tak wysoki wzrost, wyższy od średniego wzrostu całego rynku, świadczy o wciąż niezwykle dużym znaczeniu portu lotniczego w Warszawie, który w ciągu najbliższych lat będzie niezmienne pełnił rolę najważniejszego lotniska kraju.

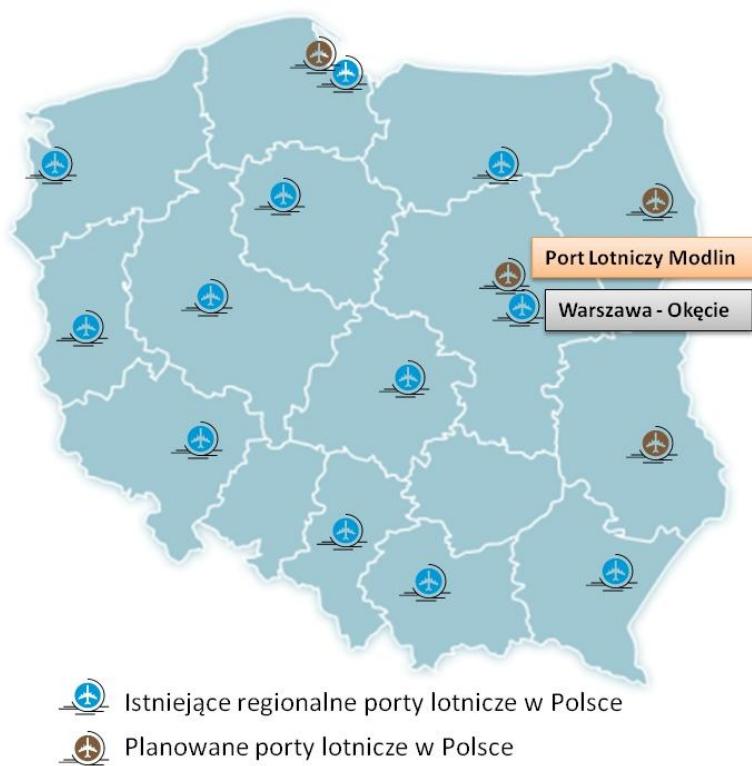
Warsaw Chopin Airport is serving the greatest number of passenger (43% of all passengers). Chopin Airport, like the entire market, is slowly recovering after the global crisis and a sudden drop in the number of passengers in year 2009. Year 2010 as well as 2011 have brought an increase in comparison with the previous year by 5% and 8%, respectively, what indicates a return of pre-crisis trend. Such growth, higher than the average growth of the entire market, indicates great importance of the capital airport, that in the coming years will permanently play the role of the most important airport in Poland.

REGULARNE LINIE LOTNICZE REGULAR AIRLINES	REGULARNE POŁĄCZENIA REGULAR DESTINATIONS	LICZBA PASAŻERÓW PASANGERS	NAJWIĘKSZY PRZEWOŹNIK THE BIGGEST CARRIER
26	77	9,32 mln	Lot Polish Airlines

W początku 2012 roku z portu lotniczego korzystało 26 regularnych linii lotniczych obsługujących ok. 77 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 czerwca 2012 roku połączenie z centrum zapewni też szybki pociąg.

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 drugiej połowie roku 2012, służyć będzie głównie tanim liniom lotniczym, dla których korzystanie z lotniska na Okęciu jest zbyt kosztowne. Umowę z lotniskiem podpisały już tanie linie lotnicze Wizz Air, które opuszczą port lotniczy Chopina, na rzecz tańsze lotniska w Modlinie. Co więcej, inny tani przewoźnik – Ryanair, uruchamia osiem połączeń z nowym portem lotniczym.

Lokalizacja obecnych i planowanych lotnisk w Warszawie i jej okolicach



Źródło: Horwath HTL

Należy również wspomnieć o zwiększających się możliwościach podróżowania z lotniska Okęcie, do innych polskich miast. Wynika to z faktu zwiększenia się liczby połączeń wewnętrznych, wynikających w dużej mierze z rozpoczęcia w kwietniu 2012 roku, działalności przez nowego przewoźnika – OLT Express, który powstał w wyniku połączenia OLT Jetair i Yes Airways. Bogata oferta lotów pomiędzy polskimi miastami sprawia, że korzystanie z tego typu transportu, staje się coraz łatwiejsze i bardziej dostępne.

In the early 2012, the airport served 26 regular airlines, providing about 77 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 June 2012, a fast train connection is also 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. The contract with the new airport has been already signed by low cost airlines Wizz Air. What is more another low cost carrier – Ryanair, launches eight new connections with Modlin Airport.

Location of existing and planned airports in Warsaw and the vicinity

Source: Horwath HTL

Worth mentioning is the fact of increasing opportunities to travel from Warsaw Chopin Airport to another Polish cities. This is due to the fact of increasing number of domestic flights, what is largely the result of entering the market by new carrier – OLT Express, which was created as the result of merger of OLT Jetair and Yes Airways. A wide range of flights between Polish cities makes using this type of transport easier and more accessible.

DOSTĘPNOŚĆ KOMUNIKACYJNA WARSZAWY

ACCESSIBILITY OF WARSAW

Dzienna liczba połączeń lotniczych pomiędzy Warszawą a innymi polskimi miastami

Number of daily flights between Warsaw and other Polish cities



Źródło: Horwath HTL

Source: Horwath HTL

2. Koleje

Warszawa jest najważniejszym punktem na kolejowej mapie Polski i znajduje się na trasie 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

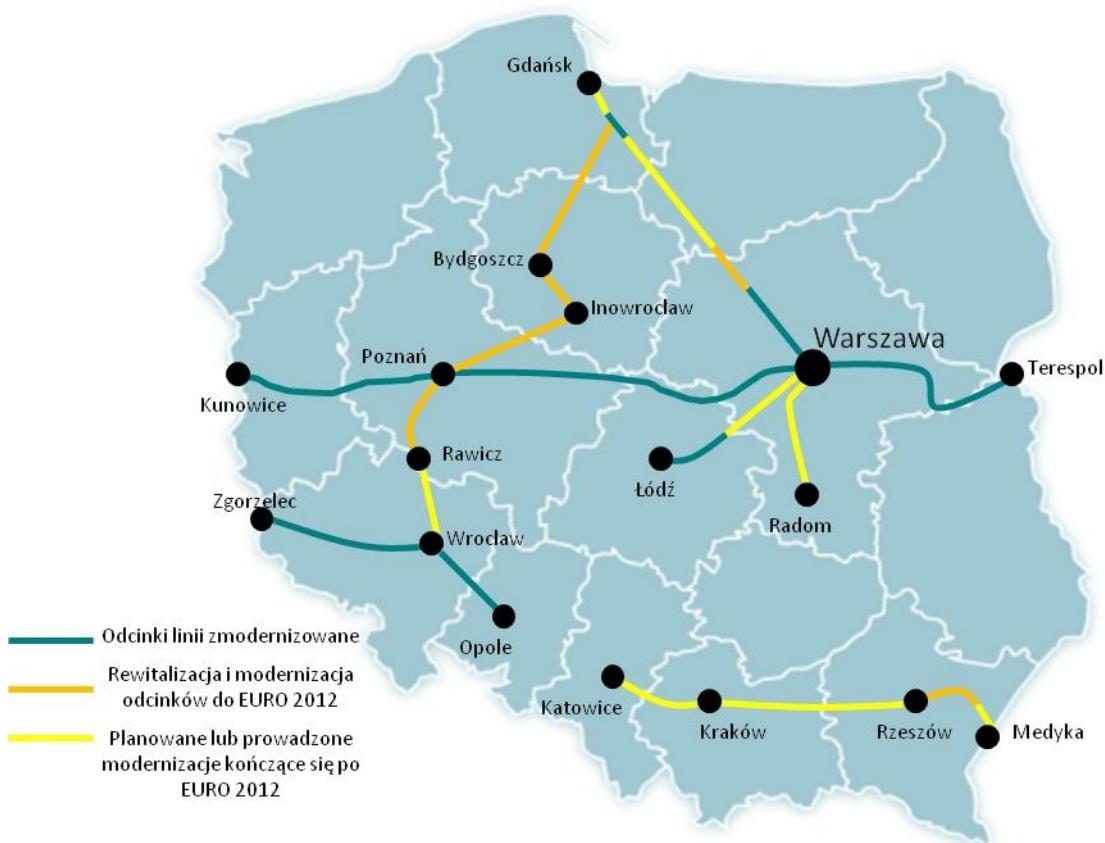
Warsaw is the most significant point on the railway map of Poland, located along the route of virtually all of the highest class Intercity trains.

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.

Najważniejsze inwestycje polskich kolei



Źródło: Horwath HTL na podstawie Gazeta Wyborcza

W roku 2011 w Polsce zostało zmodernizowanych i poddanych ulepszeniom ponad 1000 km torów. Główne inwestycje objęły modernizację torów na trasach Warszawa - Kraków, Warszawa - Katowice i Warszawa - Poznań. Najważniejsza na ten czas inwestycja w modernizację linii kolejowej łączącej stolicę z Gdańskim ma zostać ukończona przed rokiem 2015, do tego czasu również ma zakończyć się inwestycja w tory na trasie Warszawa - Radom i Warszawa - Tłuszcz (część linii Rail Baltica).

The most important investments of Polish railways

Source: Horwath HTL based on Gazeta Wyborcza

In 2011 in Poland has been modernized and undergone improvements of over 1000 km of tracks. Major investments included the modernization of the tracks on the route Warsaw - Cracow, Warsaw - Katowice, and Warsaw - Poznan. At this time the most important investment is the modernization of the railway line linking Polish capital with Gdańsk and it is to be completed before 2015. Till then it should be also completed an investment in the lanes on the route Warsaw - Radom and Warsaw-Tłuszcz (part of the Rail Baltica line).

DOSTĘPNOŚĆ KOMUNIKACYJNA WARSZAWY

ACCESSIBILITY OF WARSAW

Szacunkowy czas podróży koleją między Warszawą a głównymi miastami Polski

Estimated railway travel time between Warsaw and the main cities of Poland

Czas podróży z Warszawy Travel time from Warsaw	2011	2016*
Kraków	2:50 h	2:00 h
Katowice	3:00 h	2:00 h
Wrocław	5:30 h	4:30 h
Poznań	2:50 h	2:30 h
Gdańsk	6:00 h	2:30 h
Łódź	2:00 h	1:15 h

Źródło: Horwath HTL na podstawie pkl.pl

Source: Horwath HTL on the basis of pkl.pl

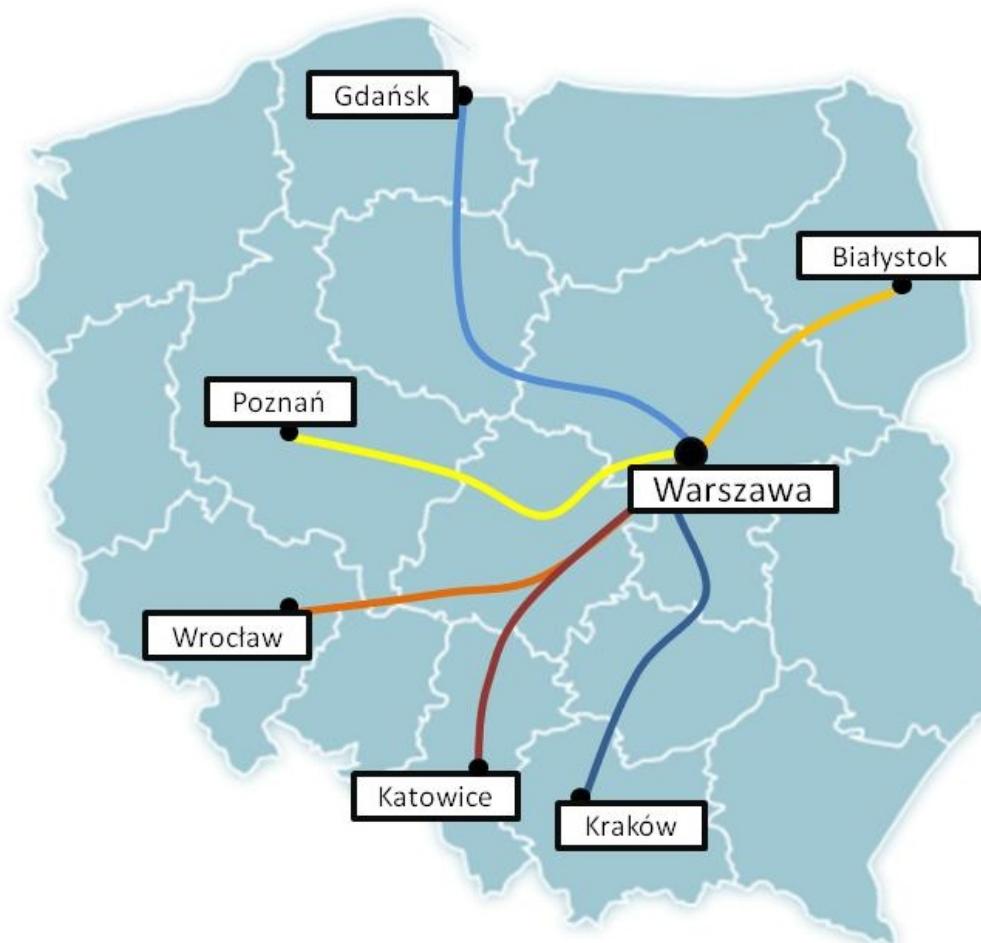
* dane szacunkowe

* 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.

Dojazd do Warszawy wg stanu z 2012 roku



Źródło: Horwath HTL

Obecnie w miarę proste połączenia drogowe z Warszawą mają 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. Szczególnie dużą rolę odgrywa autostrada A2, której odcinek pomiędzy Strykowem a Warszawą, oddany jeszcze przed UEFA EURO 2012™, zapewnia bezpośrednie połączenie z Berlinem w czasie około 5 godzin. Polskie autostrady krzyżujące się w pobliżu Warszawy będą też bardzo ważnymi szlakami dla podróżujących z Zachodu na Wschód oraz z Północy na Południe Europy.

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.

Access to Warsaw in year 2012

Source: Horwath HTL

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.

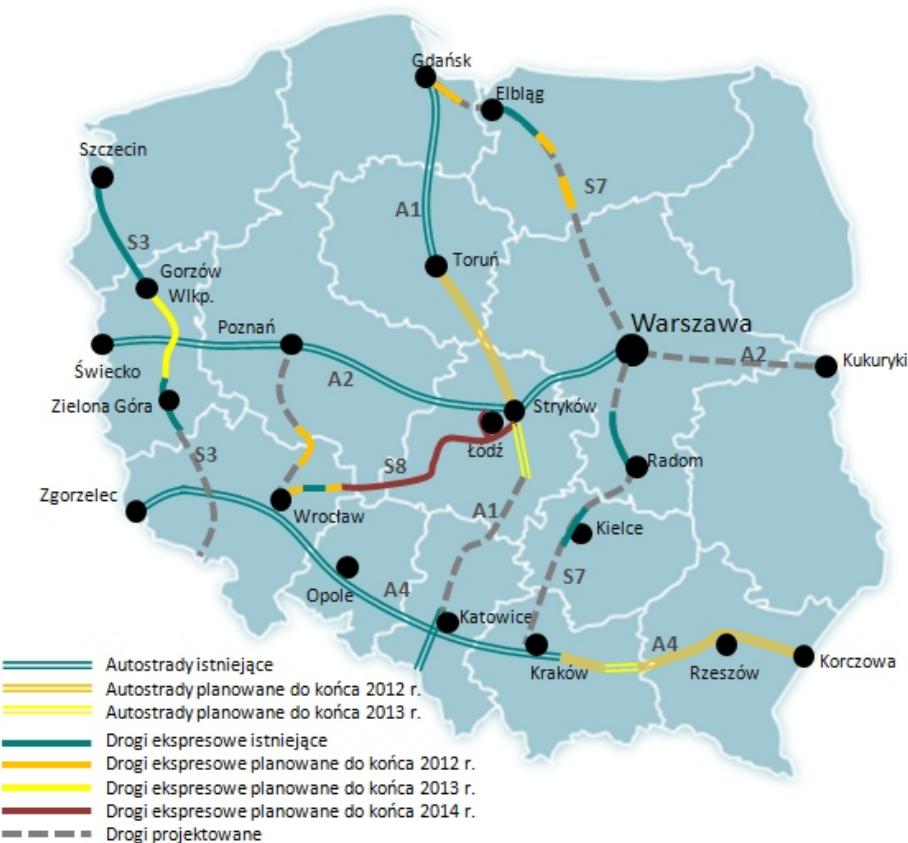
Construction of a network of motorways and express roads is to shorten the travel time substantially. As early as in 2013, a significant part of the planned motorways and express roads between the largest cities of the country will be completed; all of these include a connection with Warsaw. A particularly important role plays A2 highway, where the section between Strykow and Warsaw, has already been constructed before the UEFA EURO 2012™, what provides a connection with Berlin in 5 hours. 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.

DOSTĘPNOŚĆ KOMUNIKACYJNA WARSZAWY

ACCESSIBILITY OF WARSAW

Schemat planowanych autostrad i dróg ekspresowych w ciągu najbliższych lat

The planned network of express roads and motorways in Poland in the near future



Źródło: Horwath HTL na podstawie Gazeta Wyborcza

Source: Horwath HTL based on Gazeta Wyborcza

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	2016*
Kraków	4:00 h	3:50 h
Katowice	3:30 h	3:10 h
Wrocław	5:20 h	3:30 h
Poznań	3:00 h	2:45 h
Gdańsk	4:30 h	3:40 h
Łódź	2:15 h	1:00 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 liczące się miasto Europy Środkowej, jest ważnym miejscem na mapie międzynarodowego rynku spotkań. Pomimo wielu lat izolacji od świata w okresie komunizmu, kiedy to miasta takie jak Wiedeń czy Paryż budowały swoją pozycję w przemyśle spotkań, Warszawa postrzegana była jako miejsce niedostępne i nieatrakcyjne, który to obraz pokutuje do dziś w świadomości wielu organizatorów.

Sytuacja ta wszelako 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. Dzięki temu w mieście odbywa się coraz więcej wydarzeń z branży spotkań, 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 odnośnie przemysłu spotkań. Przygotowywane przez nią rankingi cenione są przez ekspertów z branży, w tym organizatorów spotkań na całym świecie, a nieraz także 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 źródłem informacji o pozycji danego kraju czy miasta na świecie jako organizatora z branży spotkań i umożliwiają porównywanie poszczególnych lokalizacji ze sobą, przynajmniej na tle organizacji spotkań stowarzyszeń. Oczywiście na ich podstawie nie można dokładnie określić wielkości przemysłu spotkań w danej lokalizacji, jednak pozyskanie pełnych danych od organizatorów spotkań jest w praktyce niewykonalne.

Warsaw, as the capital city of a big European country and important city of Central Europe constitutes an important location on the map of the international meetings industry. In course of many years of isolation from the rest of the world in the communism period, when cities such as Vienna or Paris built their position in the meetings industry, Warsaw was perceived as an inaccessible location, and this perception still lingers in the awareness of many organisers.

Still this situation has been changing – on the one hand thanks to the active promotion of the capital city of Poland abroad, on the other hand thanks to all the changes and transformations, not only visual, currently taking place in Warsaw. Because of all that, more and more meetings industry events take place in the city, including also those international at the largest scale, an example of which can be meetings of associations.

International Congress & Convention Association (ICCA) is an organisation, which prepares the statistics related to the meetings industry every year. The ratings prepared by it are highly appreciated by the sector experts, including meeting organisers all over the world, as well as quite often they indirectly create the demand for a given town.

ICCA is an organisation representing over 900 companies and institutions from 85 countries related to the organisation of events of associations in the following areas: organisation and co-ordination, transportation and accommodation. ICCA prepares its ratings on the basis of the collected data on meetings of associations (association meetings) as divided into two categories: international governmental associations and international non-governmental organizations/associations, which fulfil three conditions at the same time:

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

On the above basis, within the framework of systematically run analyses, every year the “Statistics Report The International Association Meetings Market” is created.

This data, even though not complete and imperfect, is the source of information about the position of a given country or town in the world as the organiser from the meetings industry sector and makes it possible to compare various locations, at least against the background of the organisation of meetings for associations. Obviously it is not possible to specify the size of the meetings industry in a given location on such basis, but in practice it is unrealistic to obtain complete data from meetings organisers.

PRZEMYSŁ SPOTKAŃ W WARSZAWIE

MEETINGS INDUSTRY IN WARSAW

Ranking miast na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2011 wg ICCA

Ranking of cities on the basis of the number of association meetings organized in year 2011 according to ICCA

Pozycja w 2011 2011 position	Miasto City	Liczba spotkań Number of meetings
1	Wiedeń / Vienna	181
2	Paryż / Paris	174
3	Barcelona / Barcelona	150
4	Berlin / Berlin	147
5	Singapur / Singapore	142
6	Madryt / Madrid	130
7	Londyn / London	115
8	Amsterdam / Amsterdam	114
9	Istanbul / Istanbul	113
10	Pekin / Beijing	111
28	Warszawa / Warsaw	65

Źródło: Horwath HTL na podstawie ICCA Statistics Report 2011

Source: Horwath HTL on the basis of the ICCA Statistics Report 2011

W 2011 roku w Warszawie zorganizowano 65 spotkań stowarzyszeń (o 37 więcej niż rok wcześniej), co stanowiło 40% wszystkich wydarzeń z branży spotkań w Polsce. Na tle innych światowych destynacji MICE uplasowała to Warszawę na 28 miejscu (wśród przeszło 400 sklasyfikowanych miast - sklasyfikowane to znaczy te, które zorganizowały 5 lub więcej spotkań). Jest to dla miasta bardzo duży skok, zważywszy na to, iż w roku 2010 Warszawa zajęła dosyć daleką 65-tą pozycję. Co prawda liderzy rankingów organizują prawie 3 razy więcej spotkań niż polska stolica, jednakże Warszawa wciąż posiada bardzo duży potencjał rozwoju i w następnych latach ma spore szanse na osiągnięcie jeszcze lepszych wyników.

In 2011 65 meetings of associations were organised in Warsaw (37 more than one year before), which constituted 40% of all the sector events in Poland. Against the background of other world destinations, Warsaw was placed by MICE on 28th position (in the group of 400 classified towns – classified means those which organised 5 or more meetings). It is a big achievement for the city, taking into account the fact that in 2010 Warsaw occupied a relatively distant – 65th position. True enough that the ranking leaders organise almost 3 times more meetings than the capital city of Poland, but still Warsaw has a huge potential of development in the next years and it is likely to achieve even better results.

Póki co miasto nie może 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 podobnie rozwijają się gospodarczo. Za miasta najbardziej porównywalne z Polską uznaliśmy Pragę, Bratysławę, Budapeszt i Wilno, a także Wiedeń.

Ranking miast na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2011 wg ICCA

Pozycja w 2011 2011 position	Miasto City	Liczba spotkań Number o meetings
1	Wiedeń / Vienna	181
11	Budapeszt / Budapest	108
14	Praga / Prague	98
28	Warszawa / Warsaw	65
65	Wilno / Vilnius	31
212	Bratysława / Bratislava	9

Źródło: Horwath HTL na podstawie ICCA Statistics Report 2011

W porównaniu z rokiem poprzednim, pod względem liczby zorganizowanych spotkań, Warszawa wyprzedziła Wilno i plasuje się na tle analizowanych miast, na miejscu czwartym. Biorąc pod uwagę najbliższą Warszawie Pragę, jeszcze w roku 2010 zorganizowano w tym mieście 3 razy więcej wydarzeń, a już dane z roku 2011 wskazują, że polska stolica, przy zachowaniu obecnego tempa, może niedługo dogonić Pragę. 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 ponad 3/5 wydarzeń w Austrii. Odsetek ten jest jeszcze wyższy w przypadku Budapesztu, Pragi i Wilna, gdzie zbliża się nawet do 90%. Warszawa w roku 2011 odpowiada jedynie za 40% przebadanych wydarzeń w Polsce. Analiza tych danych pokazuje, jak wielki potencjał do wydobycia ma w sobie Warszawa, 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 z branży spotkań 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.

So far the city does not stand the comparison against the ranking leaders, that is why it makes more sense, on account of its geographic location and historical background, to compare it against the countries and cities in Central Europe, which started on a similar level, are members of the European Union and their economic development is similar. According to us, cities most comparable to Warsaw are Prague, Bratislava, Budapest and Vilnius, as well as Vienna.

Ranking of cities on the basis of the number of association meetings organized in 2011 according to ICCA

Source: Horwath HTL on the basis of ICCA Statistics Report 2011

As compared to the last year, regarding the number of organised meetings, Warsaw took over Vilnius and within the group of the analysed cities it occupies the fourth place. Taking into account Prague, closest to Warsaw, in 2010 still 3 times more events were organised there, but according to the data from 2011 already, the capital city of Poland, given that the present pace of development remains, can catch up with Prague soon. The position of the capital city of a given country in the MICE ranking of destinations quite often determines the position of the whole country. It is the case of Vienna, which is the leader not only of the ranking for Central Europe, but also for the whole world, which hosts over 3/5 events organised in the whole Austria. This percentage is still higher in case of Budapest, Prague and Vilnius, where it gets closer even to 90%. Warsaw in 2011 was responsible for only 40% of the events analysed in Poland. The analysis of this data proves how big the development potential of Warsaw is, if only it gets promoted and will offer a suitable supply of accommodation, like in case of very similar cities such as Prague or Budapest.

In order to organise sector events in a town, also suitable infrastructure is required, in form of hotels and conference rooms, not only in hotels. Below we present the list of selected most important centres suitable for organising big meetings in various cities. The data comes from the convention bureaux in various countries.

EUROPA ŚRODKOWA

CENTRAL EUROPE

Najważniejsze obiekty konferencyjne i kongresowe poszczególnych miast pod względem pojemności największej sali

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	Centrum Targowo-Kongresowe w Wiedniu/ Messe Wien Exhibition & Congress Center	1410
Hotel InterContinental	770	Pałac Hofburg/Hofburg Vienna	1260
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	2764
Hilton Prague	1350	Incheba Expo Praha	2400
Hotel Olympik Artemis	1000		
Hotel Olympik Tristar	1000		

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		

The largest conference facilities of individual cities in terms of the largest hall

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 Europa Hotels & Congress Center	650		
	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		
Karolina Hotel	450		

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

Źródło: Horwath HTL, na podstawie Convention Bureaux poszczególnych miast

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

*Wielkość największej sali podawana jest w m²

*Area of the largest room is provided in m²

Jak zostało to zaprezentowane w tabelach, Warszawa na tle innych stolic europejskich wypada korzystnie. W mieście oferowana jest podaż dużych powierzchni konferencyjnych zarówno w hotelach, jak i innego rodzaju obiektach kongresowych, czy wystawienniczych. Należy jednakże mieć na uwadze fakt, iż przedstawione dane dotyczą jedynie największych dostępnych powierzchni konferencyjnych, a nie wielkości całego rynku. Warszawa poza zaprezentowanymi obiektyami, niestety nie może już pochwalić się innymi znaczącymi powierzchniami konferencyjnymi, w odróżnieniu od np. Wiednia.

According to the above tables, Warsaw presents itself in a favourable light. The town offers a supply of big conference rooms both in the hotels, and other conference or exhibition centres. One should remember though that the presented data is related only to the largest available conference rooms, and not the size of the whole market. Warsaw, beside the presented rooms, unfortunately cannot be proud of other significant conference rooms, contrary to Vienna for instance.

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

The current part of the report shall present the situation of Warsaw against other towns in Poland from the perspective of the number of events assessed by ICCA, as well as the supply of conference centres offered in specific towns. The complete report comparing the meetings industry in the largest cities in Poland is prepared each year by Poland Convention Bureau.

Ranking miast Polski na podstawie liczby zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w roku 2011 wg ICCA

Pozycja w 2011 2011 position	Miasto City	Liczba spotkań Number o meetings
28	Warszawa / Warsaw	65
50	Kraków / Cracow	40
92	Gdańsk / Gdansk	23
197	Wrocław / Wroclaw	10
234	Poznań / Poznan	8

Źródło: Horwath HTL na podstawie ICCA Statistics Report 2011

Z danych przedstawionych przez ICCA wynika, że Warszawa jest pierwszym pod względem liczby zorganizowanych przez badane stowarzyszenia miejscem spotkań w Polsce. W roku 2011 polska stolica wyprzedziła zeszłorocznego lidera - Kraków, gdzie zorganizowano o 25 spotkań mniej. Kraków, pomimo mniejszego lotniska i nieco gorszych warunków do organizowania kongresów i konferencji, w roku poprzednim wyprzedził Warszawę dzięki lepszej rozpoznawalności na świecie. Przyczynił się do tego zapewne też fakt postrzegania Krakowa jako prężnego ośrodka akademickiego, co ma znaczenie dla stowarzyszeń naukowych. Warszawa, dzięki dobrej promocji na arenie międzynarodowej, dużej liczbie połączeń lotniczych, a także odpowiedniej bazie kongresowo-konferencyjnej, zajęła pierwsze miejsce. ICCA sklasyfikowała jeszcze tylko 3 inne polskie miasta – Gdańsk z 23 wydarzeniami, Wrocław z 10 i Poznań z 8.

Ranking of Polish cities on the basis of the number of association meetings organized in year 2011 according to ICCA

Source: Horwath HTL on the basis of ICCA Statistics Report 2011

According to the data presented by ICCA, Warsaw occupies the first place in Poland as regards the number of meetings organised by the examined associations. In 2011 the Polish capital took over last year's leader - Cracow, where 25 fewer meetings were organised. Cracow, despite a smaller airport and little worse conditions to organise congresses and conferences, took over Warsaw last year, thanks to a better visibility in the world. Also the fact that Cracow is perceived as a strong academic centre is important for scientific associations. Warsaw, thanks to a good promotion on the international arena, big number of flight connections, as well as a suitable congress and conference base, was on the 1st place. ICCA classified still 3 other Polish towns – Gdańsk with 23, Wrocław with 10 and Poznań with 8 events.

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

Warszawa / Warsaw			
Hotelowe / Hotels		Niehotelowe / Non-hotels	
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
Narvil (Serock)	1000		

Kraków / Cracov			
Hotelowe / Hotels		Niehotelowe / Non-hotels	
Nazwa Name	Największa sala The biggest hall	Nazwa Name	Największa sala The biggest hall
Best Western Premier Hotel	600	Targi Kraków	1800
Park INN Kraków	460	Akademia Ekonomiczna	1500
Qubus Hotel	450	Sala kortów AWF	1400 - 1700
CK Witek	450	Chemobudowa	1200
Novotel Kraków Bronowice	350	UJ	1150

Gdańsk / Gdańsk			
Hotelowe / Hotels		Niehotelowe / Non-hotels	
Nazwa Name	Największa sala The biggest hall	Nazwa Name	Największa sala The biggest hall
Hilton Gdańsk	530	Ergo Arena	15000
Scandic Gdańsk	330	Międzynarodowe Targi Gdańskie	3000
Novotel Centrum	300	Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu	2500
Novotel Marina	300	Filharmonia Bałtycka	1100
Mercure Hevelius	250	Kino Neptun	1100

Wrocław / Wrocław			
Hotelowe / Hotels		Niehotelowe / Non-hotels	
Nazwa Name	Największa sala The biggest hall	Nazwa Name	Największa sala The biggest hall
Mercure Panorama	600	Hala Stulecia	7000
Haston City Hotel	600	Hala Orbita	3000
Wrocław Orbis	530	Regionalne Centrum Turystyki Biznesowej	1000
Jasek	350	Impart Art Center	567
Novotel	300	Cuprum Novum	250

Poznań / Poznan			
Hotelowe / Hotels		Niehotelowe / Non-hotels	
Nazwa Name	Największa sala The biggest hall	Nazwa Name	Największa sala The biggest hall
Novotel Centrum	800	MTP Centrum Kongresowe	6300
IBB Andersia	580	Sala Uniwersytetu Medycznego	5200
IOR	500	Arena	4800
Mercure	370	Centrum Konferencyjne Politechniki Poznańskiej	2880
Quality Hotel	250	World Trade Center	2500

Źródło: Horwath HTL

* Pod względem liczby osób

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

Pod względem podaży dostępnych obiektów, w których można zorganizować wydarzenie z branży spotkań, Warszawa 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. Takie zapewnić może tylko Centrum Kongresowe na kilka tysięcy uczestników, którego półki co w stolicy brakuje.

Source: Horwath HTL

* According to the number of participants

** For better cleareance some names of venues were shortened

As regards the supply of available centres, in which it is possible to organise events for the meetings industry, Warsaw definitely exceeds the other main Polish towns. Hotels in Warsaw (Gromada, Hilton) have the biggest conference rooms in Poland and offer to participants accommodation in one out of several dozen rooms. Additionally, in the capital city one can also find big rooms to organise meetings even for several thousand participants, although unfortunately it is not possible to assure comfortable conditions for all the meeting's participants there. They can be assured only by a Congress Centre for several thousand participants, but it is still missing in Warsaw.

WYDARZENIA W WARSZAWIE

EVENTS IN WARSAW

Warszawa jest miastem, w którym odbywa się bardzo wiele wydarzeń 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 centralna wielu krajowych i międzynarodowych firm).

Nie sposób wymienić wszystkich imprez 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.

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

Warsaw is the location hosting not only lots of business, but also cultural, social or political events. It results from many factors, including the central location of the town, which makes it easily accessible from every side of the country, as well as fact of being the capital city (largest centre of financial services in Poland, central location of many local and international companies).

It is hardly possible to list all the events which take place in the city, since a lot of them are private events (e.g. only for employees and customers of a given company) or one-time events, not recurring in the near future. Many events do not take place regularly or change location, and only occasionally are organised in Warsaw. They encompass not only previously mentioned business events, but also concerts of the world-renowned music stars, congresses and conventions, e.g. of political parties, or special events.

Largest events taking place in Warsaw regularly have been identified by Warsaw Convention Bureau and are presented below.

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

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
- Kongresy partii politycznych

WYSTAWY:

- Międzynarodowa Wystawa Lotnisko
- Ogólnopolska Wystawa Motocykli i Skuterów

Prócz nich, znaczącą rolę w mieście odgrywają wydarzenia firmowe czy szkolenia, a obiekty podmiejskie, ze względu na centralną lokalizację, bardzo często wybierane są jako miejsca organizacji imprez 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 na największą skalę dla kilku czy kilkunastu tysięcy uczestników, które odbywać się mogą na nowych stołecznych stadionach (Stadion Legii – 30 000 miejsc, Stadion Narodowy – 58 000 miejsc) oraz inne, duże imprezy, które organizowane będą w nowopowstających hotelach konferencyjnych w stolicy. Nowe, najbardziej znaczące dla przemysłu spotkań projekty hotelowe, przedstawione są w poniższej tabeli. Realizacją ich wszystkich należy uznać za bardzo prawdopodobną.

Warszawskie projekty hotelowe znaczące dla przemysłu spotkań**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
- Congress of Political Parties

EXHIBITIONS:

- International Airport Exhibition
- National Exhibition of Motorcycles and Scooters

Beside these events, company events or training sessions play a significant role in the city, and near-Warsaw centres, on account of their central location, are very often selected as locations for the organisation of integration or motivation events for company employees from the whole Poland.

It is estimated that in the future the number of big events organised in Warsaw will grow significantly. Events are understood here as undertakings on a big scale for several or more than a dozen thousand participants, which may take place on new stadiums (Legia Stadium – 30 000 places, National Stadium – 58 000 places) and other big events organised in newly created conference centres in the capital city. New and most significant for the meetings industry hotel projects are presented in the below table. The realisation of all of them is highly probable.

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

Miasto City	Kategoria Category	Nazwa Name	Liczba pokoi Number of rooms	Data otwarcia Opening date	Sale konferencyjne Conference rooms
Warszawa	5*	Renaissance by Marriott	225	wiosna 2013 spring 2013	1,5 tys. m ² powierzchni conference space
Warszawa	4*	Doubletree by Hilton	365	2013	ok. 3 tys. m ² powierzchni conference space

PODAŽ OBIEKTÓW KONFERENCYJNYCH W WARSZAWIE

THE SUPPLY OF CONFERENCE VENUES IN WARSAW

Podaž obiektów konferencyjnych w Warszawie

The supply of conference venues in Warsaw

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>
Obiekty konferencyjne i wystawiennicze <i>Conference and exhibition venues</i>	20	61 000
Hotele ogółem <i>All hotels</i>	56	33 300
Obiekty kulturalne i zabytkowe <i>Cultural and historical venues</i>	18	15 000
Obiekty akademickie <i>Academic venues</i>	7	9 250
Ogółem <i>Total</i>	101	118 550

Źródło: Horwath HTL

W Warszawie zidentyfikowaliśmy 101 głównych obiektów, oferujących usługi organizacji wydarzeń z branży spotkań, 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. 56 ze wszystkich 72 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 docenią zapewne możliwość organizacji wydarzenia w obiekcie historycznym jak np. Zamek Królewski, Opera Narodowa lub też aula akademicka 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 uzdrowiskową. 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 wpływu podatkowych, przemysł spotkań generuje również miejsca pracy, a także wpływa na wysokość PKB.

Source: Horwath HTL

We have identified 101 main centres in Warsaw, offering services of the organisation of events for the meetings industry, offering in total almost 120 thousand m² of conference and exhibition rooms. The largest surface is obviously offered by fair and exhibition centres such as MT Polska or EXPO XXI, whereas the best represented group includes hotels. 56 out of all the Warsaw 72 hotels offer at least one conference room, and in total they offer 32 thousand m² of surface. The most important players are large 4* and 5* network hotels in the city centre.

Some organisers will surely appreciate the possibility to organise an event in a historical building such as e.g. the Royal Castle, National Theatre or a university assembly hall, which is especially important for organisations and scientific associations.

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

Hotels, and also other conference centres run economic operation, which brings them profit, but on the other side it generates budget income in form of taxes. According to Polish taxation system, the basic tax obligation for entities running economic operation includes: revenue tax on physical entities (PIT), revenue tax on legal entities (CIT) as well as tax on goods and services (VAT). Moreover, one should remember about the tax on immovable property, and also, which is especially important in case of the operation of hotels, a local and climate tax. All these fees and taxes constitute charges for entities running economic activity, but on the other hand they are the source of revenue for self-government and state government units. Beside the positive fiscal effect in form of tax revenue, the meetings industry generates also places of work, as well as contributes to GDP.

PODAŽ 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.

Pewnych informacji na temat potencjalnych przychodów dla rynku lokalnego z wydarzeń MICE dostarczają dane publikowane w raportach ICCA. Wyliczenia bazują na badaniach przeprowadzonych przez Wiedeńskie i Finlandzkie Convention Bureaux, z których wynika, że średnio opłata rejestracyjna stanowi ok. 22% wszystkich wydatków jednego uczestnika na udział w wydarzeniu z branży spotkań. Przy założeniu, iż przeciętna opłata rejestracyjna w 2010 roku wynosiła średnio 584 USD, wynika, że jeden uczestnik wydarzenia przemysłu spotkań średnio łącznie zostawił na lokalnym rynku blisko 2655 USD.

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 / Real estate tax	
			Stawka podatku/ Tax rate	Wpływy z podatku/ Tax revenues
Obiekty konferencyjne i wystawiennicze <i>Conference and exhibition venues</i>	20	61 000	21,05	1 284 050
Hotele ogółem <i>All hotels</i>	56	33 300	21,05	700 965
Obiekty kulturalne i zabytkowe <i>Cultural and historical venues</i>	18	15 000	21,05	315 750
Obiekty akademickie <i>Academic venues</i>	7	9 250	21,05	194 712
Ogółem <i>Total</i>	101	118 550	21,05	2 495 477

Źródło: Horwath HTL

Ogólna kwota prawie 2,5 mln złotych podatku od nieruchomości od ponad 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 wszelkie 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 above tax obligations generated by MICE sector are in reality practically impossible to value, which results from the lack of a detailed specification in reports of the entities running them, as well as the lack of so detailed statistical data. Nevertheless the knowledge related to the general number of meetings in Warsaw allows us to assume that the revenue generated by this sector is substantial. Moreover, in Warsaw neither local tax on accommodation is collected, nor health tax, which could constitute a potential source of budget income.

Some information related to potential revenue from MICE events for the local market can be found in ICCA reports. Calculations are based on the research run by the Vienna and Finish Convention Bureaux, proving that an average registration fee constitutes about 22% of all the expenditure per one participant in case of an event organised by the meetings industry sector. Assuming that an average registration fee in 2010 was USD 584, one participant of an event on average left on the local market almost USD 2655.

The meetings industry directly and substantially affects the level of taxes on immovable property, which is related to the necessity to possess suitable conference surfaces, without which the organisation of an event would not be possible. The below table presents the level of income from the tax on immovable property generated by Warsaw conference rooms.

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

Source: Horwath HTL

The total amount of almost PLN 2.5 million in tax on immovable property from over 100 entities does not constitute a substantial part of the total budget of Warsaw, although one should remember about the previously mentioned obligations, which, owing to the need to establish very uncertain assumptions, we can not calculate.

One should also take into account all the intangible benefits for Warsaw, related to MICE industry, such as building of the city image and promotion. Such benefits are difficult to express in quantities, although undoubtedly they increase the recognition of Warsaw on the international arena, as well as the potential interest in the city.

ANALIZA PRZEMYSŁU SPOTKAŃ W WARSZAWIE

ANALYSIS OF THE MEETINGS INDUSTRY IN WARSAW

Badanie zostało przeprowadzone przez niezależną firmę konsultingową Horwath HTL na reprezentatywnej próbie obiektów organizujących wydarzenia z branży spotkań w Warszawie w pierwszym kwartale 2012 roku i dotyczyło roku kalendarzowego 2011. 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 w branży spotkań jest tylko jednym z typów aktywności.

Pełne zbadanie rynku nie było możliwe z uwagi na odmowę współpracy przez kilkanaście obiektów (z każdej z wymienionych grup), 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 w ujęciu miesięcznym, procentową strukturę 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 przemysłu spotkań

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.

Liczba uczestników wydarzeń przemysłu spotkań

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

Długość trwania wydarzeń przemysłu spotkań

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 dni z rzędu.
ponad 2 dni – spotkania i wydarzenia dłuższe niż dwa dni.

The research was run by an independent consulting company - Horwath HTL on a representative sample of centres organising events for the meetings industry in Warsaw in the first quarter of 2012 and was related to the 2011 calendar year. The centres subject to research included hotels (both network and independent), exhibition halls and conference centres, as well as buildings with big rooms, in case of which commercial activity in the meetings industry is just one type of activity.

A complete market research was not possible on account of the fact that more than a dozen centres did not want to participate (from all the mentioned groups), since regulations do not allow them to reveal any statistic information related to achieved commercial results to external institutions, if it is not necessary and justified by applicable orders of legislative bodies.

Entities participating in the research were asked to fill in a table, in which it was required to present on monthly basis, a percentage structure of the number of organised events depending on the length of their duration, their kind (as divided into Fairs/Exhibitions, Congresses/Conferences, Events, Training and Motivation Events and Others), their subject matter (Economic/Political, Medical/Pharmaceutical, Scientific/Technological/ IT, Sales, Marketing (including PR and communication) and Others), organisers of specific events (as divided into Associations, Governmental and non-governmental organisations, Companies and corporations, as well as Others), and also on account of the origin of both organisers and participants of the events subject to the research.

For the needs of this work, the above terms were defined as follows:

A Meeting

All the events organised with the use of conference rooms, exhibition surfaces, foyer, etc., lasting longer than 4 hours on one day. A room (conference room) has to be rented especially in order to organise such specific event.

Number of participants of the meeting

The number of participants in a given MICE event as a guest, organiser, speaker, exhibitor, etc. Technical services and personnel are not included.

Length of duration of the meeting

The period, in course of which the organisers used, e.g. hotel conference rooms or exhibition space during a fair, where:

1 day – events which last more than 4 hours in course of the same day.
2 days – meetings and events taking place in course of two days in a row.
more than 2 days – meetings and events lasting longer than 2 days.

ANALIZA PRZEMYSŁU SPOTKAŃ W WARSZAWIE

ANALYSIS OF THE MEETINGS INDUSTRY IN WARSAW

Rodzaj wydarzeń przemysłu spotkań

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 zatrudnić 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 wszelko, 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 z branży spotkań. Dzielą się ich na stowarzyszenia, organizacje rządowe i pozarządowe, firmy i korporacje oraz pozostałych, czyli tych, którzy nie mieszą się w innych kategoriach, w tym np. osoby prywatne, szkoły itp.

Wielkość rynku

Przemysł spotkań 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 jednakże sytuację na rynku.

Type of the meeting

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.

Subject of a meeting

The main topic, constituting the motive of an organisation and "thematic axis" of a given meeting and event, usually connected with the organiser's speciality area, as divided into event categories Economic/Political, Medical/Pharmaceutical, Scientific/Technological/IT, Sales, Marketing (including PR and communication) and Others, i.e. cases, when the subject matter is different than the above-listed categories.

Meeting organisers

People, companies or institutions who rented surface in a given room in order to organise a meetings industry event. They can be classified as associations, governmental and non-governmental organisations, companies and corporations and others, i.e. those, who are not included in other categories, including private persons, schools, etc.

Market size

The meetings industry in Warsaw is the biggest in Poland, both on account of the developed supply of conference rooms (as previously discussed), and popularity of the city as a destination with a good location associated with the business.

The methodology of the present research is slightly different than the one applied by the other convention bureaux, and that is why quantitative data related to Warsaw cannot be indiscriminately compared against other Polish towns. Still the data presented in the report illustrates the overall market situation.

ROK 2011 YEAR 2011	ILOŚĆ WYDARZEŃ MICE W ROKU NUMBER OF MICE EVENTS DURING THE YEAR	ILOŚĆ UCZESTNIKÓW WYDARZEŃ MICE W ROKU NUMBER OF PARTICIPANTS OF MICE EVENTS
RAZEM TOTAL	9 584	1 332 381

Źródło: Horwath HTL

Source: Horwath HTL

ANALIZA PRZEMYSŁU SPOTKAŃ W WARSZAWIE

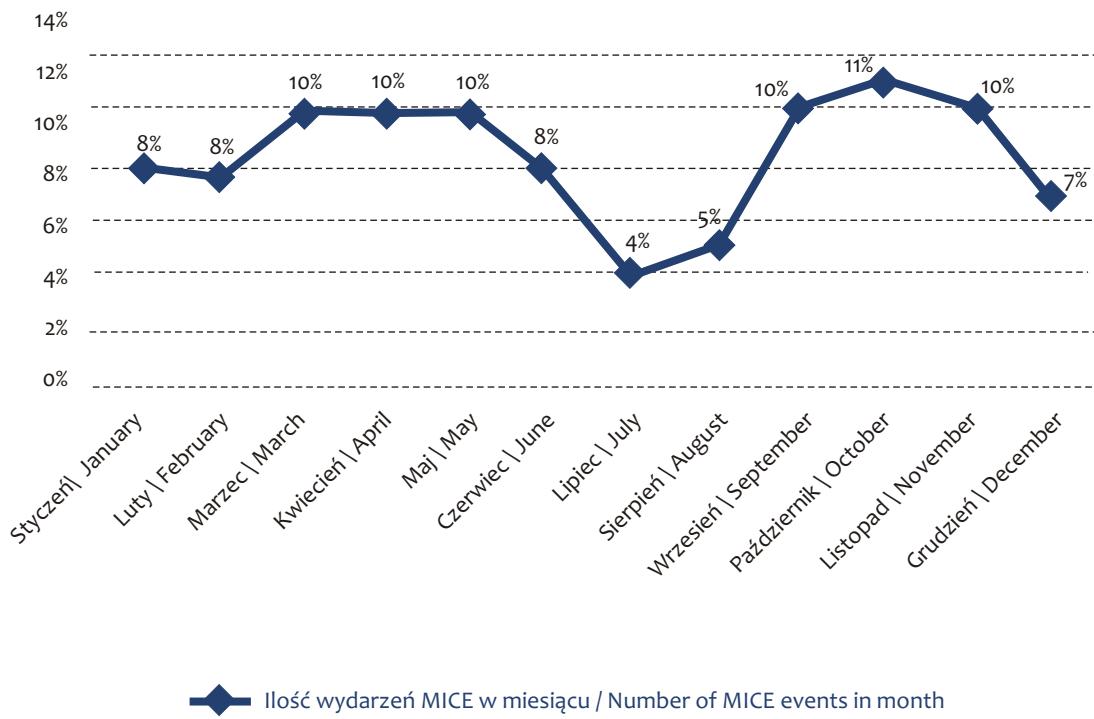
ANALYSIS OF THE MEETINGS INDUSTRY IN WARSAW

Wg danych dostarczonych przez przebadane obiekty w 2011 roku w Warszawie odbyło się 9 584 wydarzeń z branży spotkań w których wzięło udział 1 332 381 uczestników. Szacujemy, że biorąc pod uwagę również te obiekty, które nie zdecydowały się na wzięcie udziału w badaniu, całkowita liczba wydarzeń może być nawet 3 raz większa i sięgać ok. 24 000 tys., a liczba uczestników przekroczyć 2 000 000. Rozbieżność w szacunkach wynika z faktu, że informacji udzielili nam największi działający na rynku organizatorzy z branży, w tym obiekty kongresowe i targowe, których wydarzenia przyciągają dużą liczbę uczestników. W badaniu wzięły również udział duże sieciowe hotele konferencyjne. Faktem jest, że dosyć znaczny fragment rynku nie został przebadany, aczkolwiek przedstawione dane są godne zaufania i reprezentatywne dla sytuacji w całym mieście.

According to the data delivered by the centres subject to the 2011 research, 9 584 meetings took place in Warsaw, and the number of their participants was 1 332 381. We estimate that, taking into account also those centres, which declined the participation in the research, the total number of events can be even 3 times higher and can amount to around 24 000 thousand, and the number of participants can exceed 2 000 000. The discrepancy in estimates may result from the fact that we collected information from the largest market players in this sector, including congress and fairs centres, in case of which events attract a high number of participants. The research encompassed also big network conference hotels. One should remember though that a substantial market section is still not subject to any research, even though the presented data is reliable and representative for the situation in the whole city.

Sezonowość wydarzeń przemysłu spotkań w Warszawie

Seasonality of the meetings industry events in Warsaw



Źródło: Horwath HTL

Source: Horwath HTL

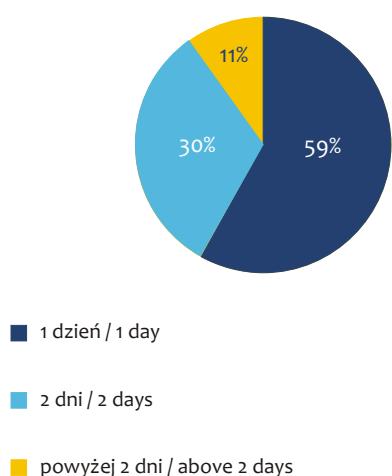
Z analizy danych liczbowych wynika, iż sezonowość organizowanych w mieście wydarzeń jest typowa dla destynacji biznesowych i charakteryzuje się 2 sezonami wysokimi – od marca do maja/czerwca oraz od września do października (ew. listopada), kiedy to odbywa się prawie 70% wszystkich wydarzeń. Czas zimy (od grudnia do lutego) oraz miesiące letnich wakacji (lipiec-sierpień) to tradycyjnie czas, kiedy odbywa się relatywnie mało tego typu wydarzeń. 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 analysis of numerical data, the seasonality of events organised in the city is typical for business destinations and is characterised by 2 high seasons – from March to May/June and from September to October/November, when almost 70% of all the events take place. Winter season (from December to February) and Summer holiday season (July-August) are traditionally periods, when relatively few such events are organised. It is due to the holiday season in Poland, as well as usually unfavourable weather conditions in winter months.

ANALIZA PRZEMYSŁU SPOTKAŃ W WARSZAWIE

ANALYSIS OF THE MEETINGS INDUSTRY IN WARSAW

Struktura rynku wg długości trwania wydarzeń przemysłu spotkań zorganizowanych w Warszawie

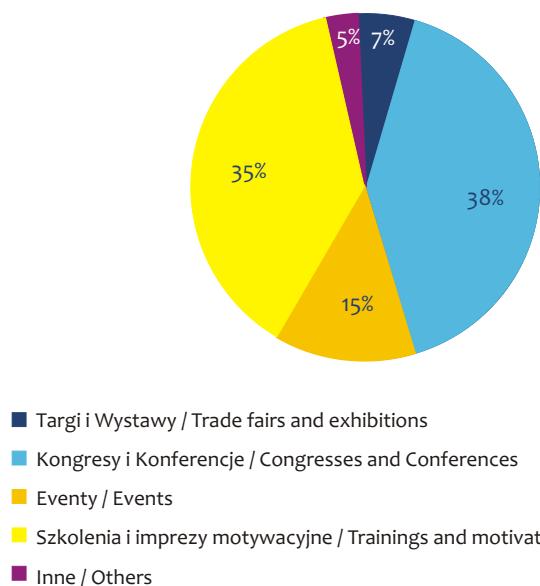


Źródło: Horwath HTL

Największa liczba przebadanych wydarzeń przemysłu spotkań w Warszawie to imprezy jednodniowe (o długości trwania powyżej 4 godzin) – które stanowią prawie 60% rynku. Pozostałe 30% to wydarzenia, które trwały dłużej niż 1 dzień, natomiast najmniejsza liczba wydarzeń, to imprezy dosyć długie, trwające ponad dwa dni (11%).

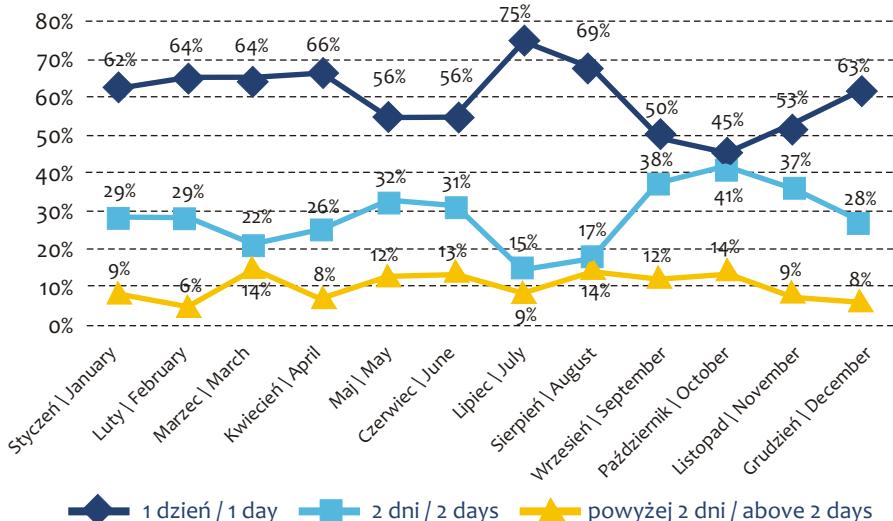
Analiza rozkładu miesięcznego wydarzeń pod względem długości ich trwania wskazuje, że imprezy najkrótsze przeważają w porze letniej, szczególnie popularnej dla wydarzeń motywacyjnych i integracyjnych, natomiast typowym okresem dla dłuższych wydarzeń jest pora jesienna, kiedy to organizowanych jest wiele wydarzeń targowych, czy związanych z biznesem.

Struktura rynku wg rodzajów wydarzeń przemysłu spotkań zorganizowanych w Warszawie



Źródło: Horwath HTL

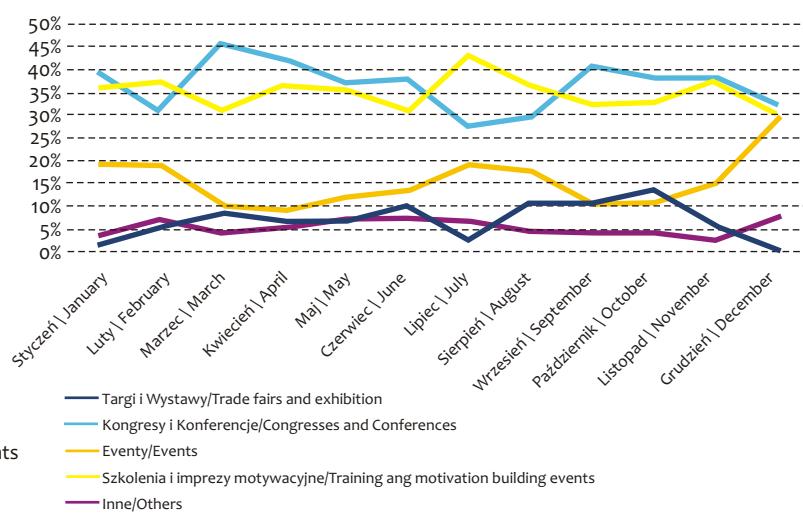
Market structure according to the length and duration of the meetings industry events organised in Warsaw



Source: Horwath HTL

The biggest number of the meetings in Warsaw included in the research encompassed one-day events (of the time of duration over 4 hours) – which constitutes almost 60% of the market. The remaining 30% are events, which lasted for over 1 day, whereas the smallest number were quite long events, lasting for over two days (11%). The analysis of the monthly distribution of events as regards their duration indicates that the shortest events prevail in the summer season, which is very popular in case of motivation and integration events, whereas a typical period for longer events is autumn, when lots of fairs or business events are organised.

Market structure according to the type of the meetings industry events organised in Warsaw

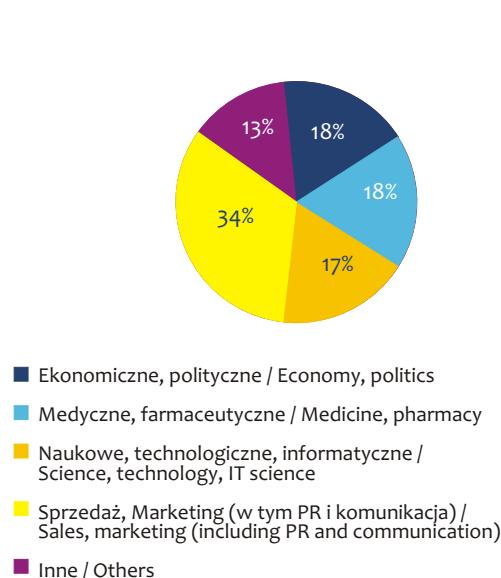


ANALIZA PRZEMYSŁU SPOTKAŃ W WARSZAWIE

ANALYSIS OF THE MEETINGS INDUSTRY IN WARSAW

W przekroju całego roku dominującymi formami wydarzeń z branży spotkań organizowanymi w Warszawie są kongresy i konferencje oraz szkolenia i imprezy motywacyjne (z naciskiem na pierwszy człon tej kategorii), które odpowiadają za 38% i 35% rynku. W miesiącach wiosennych i jesiennych przeważają kongresy i szkolenia, które zwykle są ważnymi i prestiżowymi wydarzeniami dla branży, natomiast latem – różnego rodzaju wydarzenia firmowe, kiedy to obiekty konferencyjne są tańsze. Wydarzenia klasyfikowane jako eventy to trzecia największa grupa na rynku (15%), a ich udział znaczco rośnie w okolicach świąt. Targi stanowią jedynie 7% rynku pod względem ilości wydarzeń i odbywają się głównie jesienią. Imprezy klasyfikowane jako inne są zazwyczaj dopełnieniem działalności obiektów, a ich liczba w przeciągu roku jest dosyć wyrównana.

Struktura rynku wg tematyki wydarzeń przemysłu spotkań zorganizowanych w Warszawie

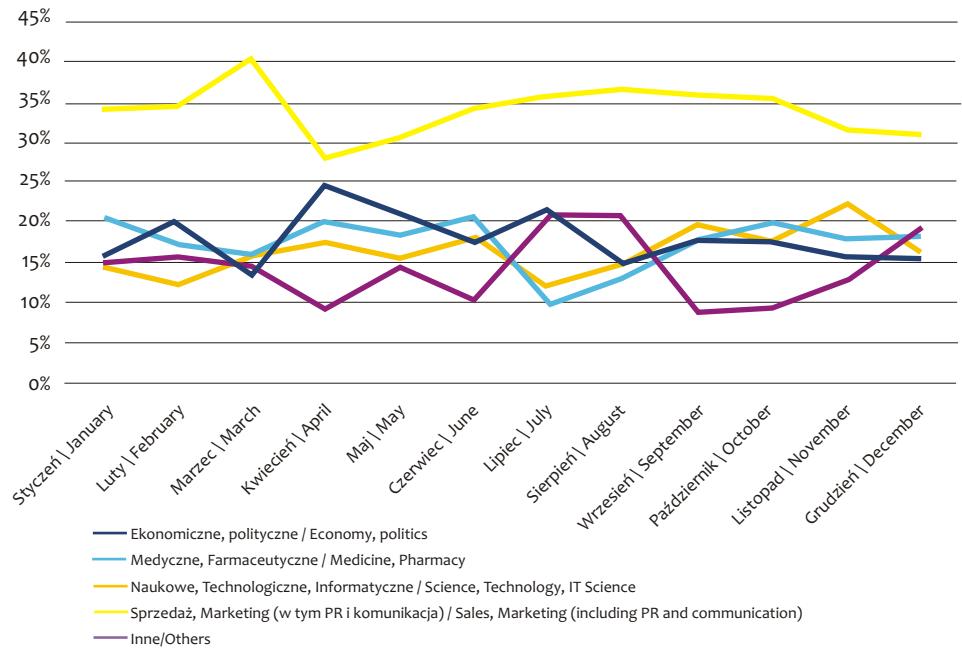


Źródło: Horwath HTL

Jeśli chodzi o tematykę wydarzeń MICE w Warszawie, to na tle wszystkich wydarzeń przeważają imprezy związane ze sprzedażą i marketingiem, które stanowią 34% rynku, aczkolwiek nie są one dominujące dla rynku. Odsztek pozostałych wydarzeń jest dosyć zbliżony (kilkunastoprocentowy udział w rynku każdej), co świadczy o tym, że warszawski przemysł spotkań nie wyspecjalizował się w organizowaniu konkretnego rodzaju wydarzeń. Szczyt dla wydarzeń sprzedażowych i marketingowych przypada na początek roku, zwłaszcza w marcu, natomiast rozkład miesięczny wszystkich pozostałych imprez nie charakteryzuje się szczególną sezonowością, co świadczy o tym, że ich organizacja nie jest związana z konkretną porą roku.

Throughout the whole year, the dominant forms of the meetings organised in Warsaw are congresses and conferences, as well as training and motivation events (with emphasis on the first part of this category), which corresponds to 38% and 35% of the market. In spring and autumn months congresses and trainings prevail, which are usually important and prestigious events for the sector, whereas in the summer – all the kinds of company events, since conference events are cheaper in that period. Events constitute the third largest group on the market (15%), and their share usually significantly increases around holiday time. Fairs constitute only 7% of the market as regards the number of events and take part mainly in autumn. Events classified as others usually constitute a supplement to the activity of centres, and their number in course of the year is rather balanced.

Market structure according to the subject matter of the meetings industry events organised in Warsaw



Source: Horwath HTL

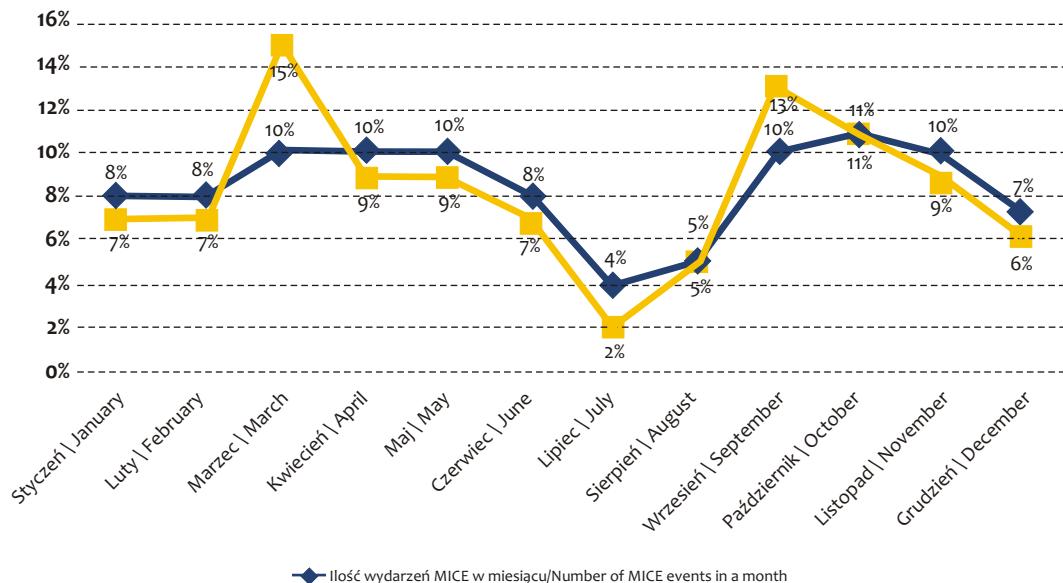
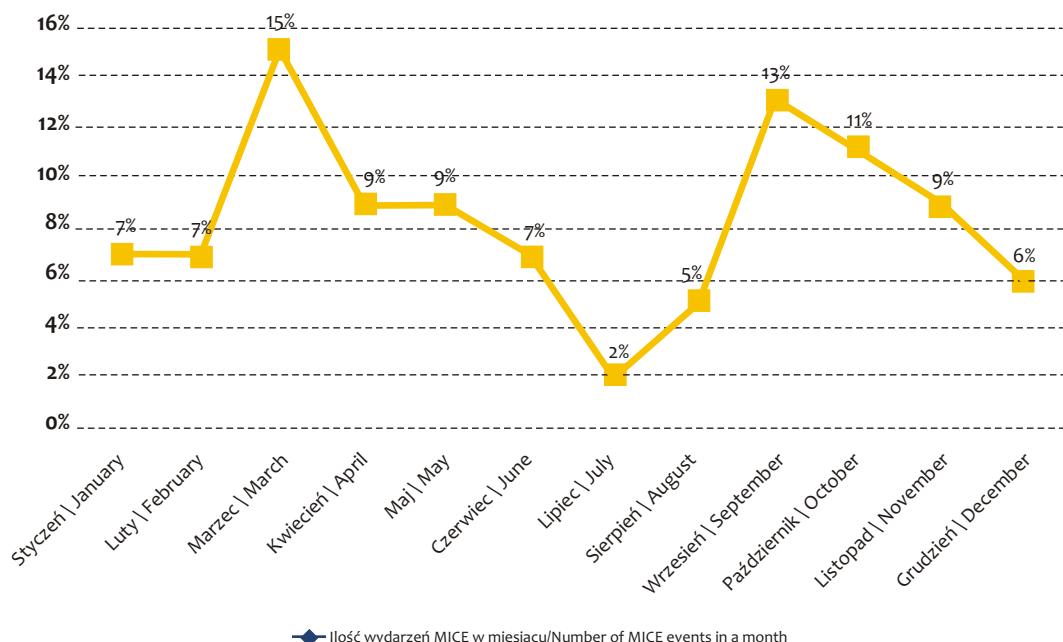
As regards the subject matter of MICE events in Warsaw, the most common topics are sales and marketing, which constitutes 34% of the market, even though they are not dominant on the market. The percentage of the remaining events is comparable (over a dozen percent of share for each of them), which testifies to the fact that the Warsaw meetings industry is not specialised in organising any particular type of events. The peak time for sales and marketing events is the beginning of the year, especially March, whereas monthly distribution of all the remaining events is not characterised by any specific seasonality, which means that their organisation is not connected to any specific part of the year.

ANALIZA PRZEMYSŁU SPOTKAŃ W WARSZAWIE

ANALYSIS OF THE MEETINGS INDUSTRY IN WARSAW

Struktura rynku wg liczby uczestników wydarzeń przemysłu spotkań zorganizowanych w Warszawie

Market structure according to the number of participants of the meetings industry events organised in Warsaw



Źródło: Horwath HTL

Source: Horwath HTL

Analiza przemysłu spotkań pod względem liczby uczestników wykazuje duży stopień korelacji z analizą pod względem liczby zorganizowanych wydarzeń. 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 znaczco większa liczba uczestników wydarzeń w marcu, co tłumaczyć należy dużą liczbą zorganizowanych w mieście targów (patrz poprzednie wykresy), które tradycyjnie przyciągają dużą liczbę odwiedzających.

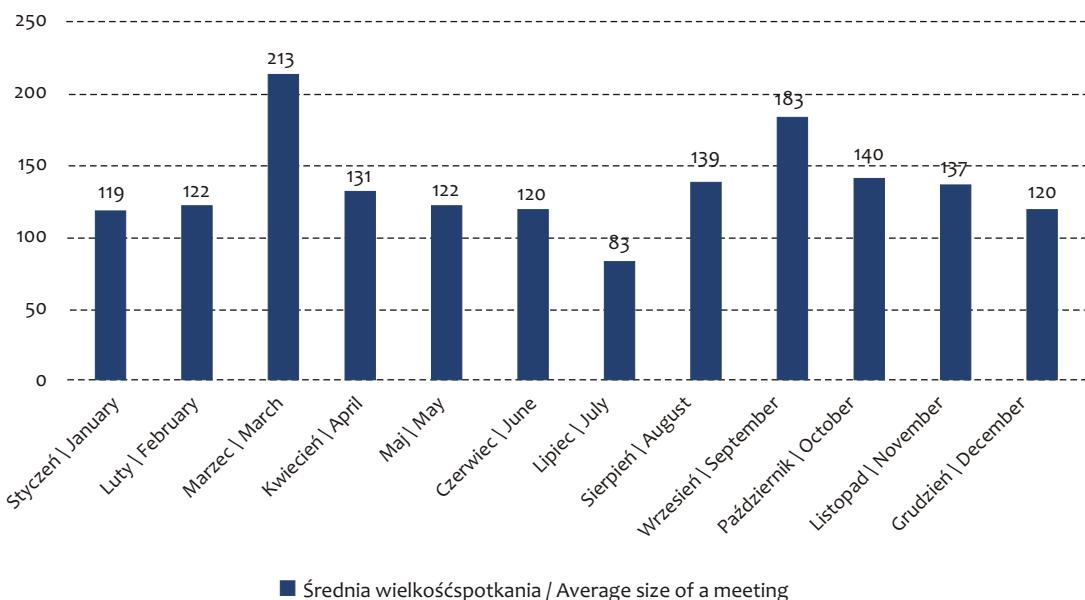
The analysis of the meetings industry as regards the number of participants shows a large degree of correlation with the analysis as regards the number of events organised. This trend is in practical terms convergent, and is characterised by the occurrence of high and low seasons exactly at the same time (i.e. high seasons form March to June and from September to November). The only visible difference is a significantly bigger number of participants of events in March, which can be explained by a big number of fairs organised in Warsaw (see previous charts), which traditionally attract a big number of participants.

ANALIZA PRZEMYSŁU SPOTKAŃ W WARSZAWIE

ANALYSIS OF THE MEETINGS INDUSTRY IN WARSAW

Średnia wielkość wydarzenia z branży spotkań w Warszawie w roku 2011

Average size of the meetings industry event in Warsaw in 2011



Źródło: Horwath HTL

Source: Horwath HTL

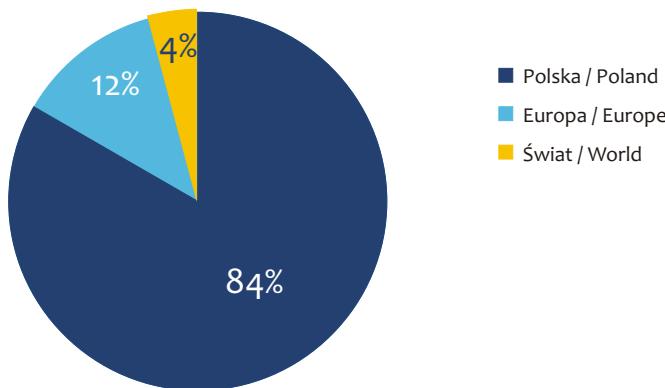
Analiza przeciętnej wielkości wydarzeń przemysłu spotkań w Warszawie wskazuje, że na 1 wydarzenie średnio przypada 139 uczestników. Przeciętną tą zdecydowanie zawyżają uwzględnione w analizie, zwykle wielotysięczne wydarzenia targowe, a zanizują małe szkolenia organizowane w niewielkich hotelach. Inne niż w poprzednich przypadkach wnioski można wyciągnąć też na podstawie analizy sezonowości – największe wydarzenia odbywają się głównie w niskich sezonach i na początku sezonów wysokich (miesiące marzec i wrzesień). W tych okresach średnia liczba uczestników jednego wydarzenia jest o 60 osób wyższa niż przeciętnego wydarzenia w ciągu całego roku. Podyktowane jest to w większości przypadków wzgledami ekonomicznymi – w czasie niskiego sezonu organizacja największych wydarzeń (targów, kongresów, konferencji) jest zwykle po prostu tańsza.

The analysis of an average size of the meetings industry event in Warsaw indicates that per 1 event on average there are 139 participants. This average is strongly affected upwards by fairs included in the analysis, usually attracting thousands of participants, and affected downwards by small training sessions organised in small hotels. Conclusions different than in the previous cases can be drawn on the basis of the seasonality analysis – the largest events take place in low seasons and at the beginning of high seasons (March and September). In these periods an average number of participants of one event is by 60 people higher than in case of an average event in course of the year. In most cases it is due to financial conditions – in course of a low season the organisation of biggest events (fairs, congresses, conferences) usually is simply cheaper.

ANALIZA PRZEMYSŁU SPOTKAŃ W WARSZAWIE

ANALYSIS OF THE MEETINGS INDUSTRY IN WARSAW

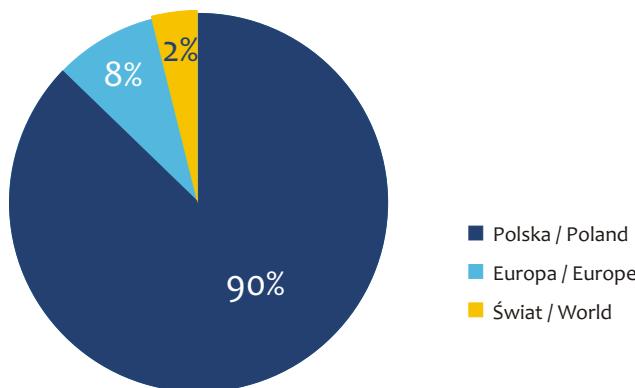
Struktura rynku wg pochodzenia uczestników wydarzeń przemysłu spotkań zorganizowanych w Warszawie



Źródło: Horwath HTL

Prawie 85% uczestników wydarzeń z branży spotkań odbywających się w Warszawie jest Polakami, zwykle pracownikami firm z Warszawy i innych miast. Ich udział w strukturze rynku jest zdecydowanie najwyższy w ciągu całego roku i oscyluje w podobnych granicach na przestrzeni miesięcy. Udział osób innej narodowości jest już zdecydowanie niższy, zwłaszcza jeśli chodzi o osoby spoza Europy. Tego typu struktura rynku wskazuje na wciąż duży potencjał tkwiący w grupie zagranicznych uczestników wydarzeń MICE, którzy wciąż niedostatecznie intensywnie przyciągani są do Warszawy.

Struktura rynku wg pochodzenia organizatorów wydarzeń przemysłu spotkań zorganizowanych w Warszawie



Źródło: Horwath HTL

Wśród organizatorów wydarzeń MICE w Warszawie dysproporcja w ich pochodzeniu jest jeszcze większa na rzecz tych krajowych - wynosi 90%.

Market structure according to the origin of participants of the meetings industry events organised in Warsaw

Source: Horwath HTL

Almost 85% of participants of the meetings industry events taking place in Warsaw are Polish, usually they are employees of companies from Warsaw and other towns. Their participation in the market structure is definitely highest in course of the whole year and oscillates within similar limits throughout the months. The participation of people of another nationality is definitely lower, especially in case of non-European nationalities. This type of the market structure indicates that there is still a huge potential in the group of foreign participants of MICE events, who are still not sufficiently attracted to Warsaw.

Market structure according to the origin of organisers of the meetings industry events organised in Warsaw

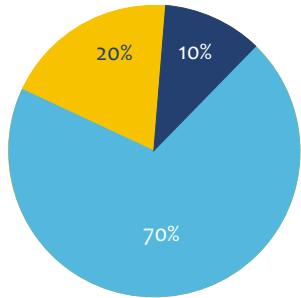
Source: Horwath HTL

As regards organisers of MICE events in Warsaw, the disproportion in their origin is still bigger in favour of those coming from Poland and amounts to 90%.

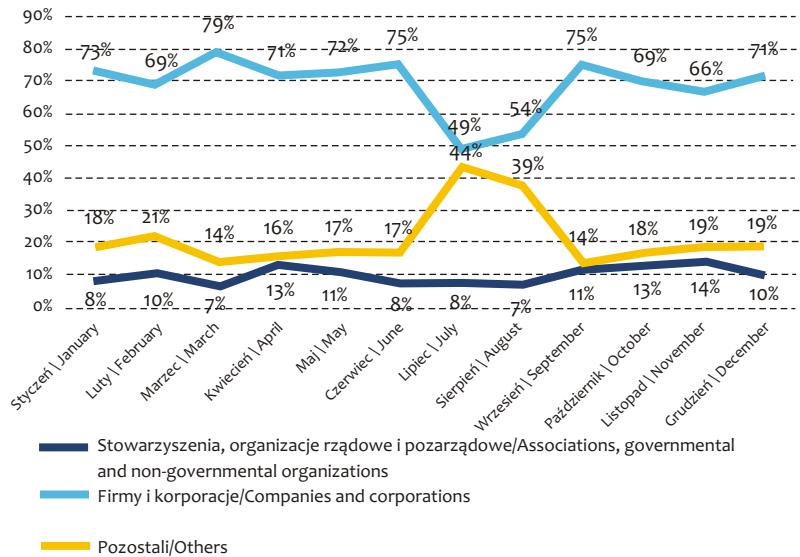
ANALIZA PRZEMYSŁU SPOTKAŃ W WARSZAWIE

ANALYSIS OF THE MEETINGS INDUSTRY IN WARSAW

Struktura rynku wg typów organizatorów wydarzeń przemysłu spotkań zorganizowanych w Warszawie



Market structure according to the type of organisers of the meetings industry events organised in Warsaw



Źródło: Horwath HTL

Przeprowadzona analiza struktury organizatorów potwierdza stawiane wcześniej tezy o biznesowym charakterze miasta i uzasadnia sezonowość organizowanych imprez. 70% organizatorów wydarzeń MICE określonych zostało jako firmy i korporacje, których udział w rynku kształtuje się dokładnie tak samo jak sezonowość wydarzeń opisywana wcześniej. Pokazuje to, jak wielki wpływ wywierają oni na sytuację na rynku. Drugą największą grupą (20%) są organizatorzy imprez różnych typów, sklasyfikowani jako pozostały, którzy są grupą bardzo wewnętrznie zróżnicowaną – od osób prywatnych do np. związków wyznaniowych. Udział tych organizatorów wydarzeń znacząco się zwiększa w tzw. niskim sezonie, gdy spadają ceny w przemyśle spotkań i gdy nie ma zainteresowania ze strony klientów korporacyjnych. Bardzo stabilnie kształtuje się za to udział w rynku w ciągu roku stowarzyszeń i organizacji (10%), który praktycznie cały czas jest na zbliżonym poziomie.

The analysis of the structure of organisers confirms the previously presented theses about the business character of the city and justifies the seasonality of organised events. 70% of organisers of MICE events were specified as companies and corporations, whose market participation is exactly aligned with the seasonality of events previously described. It shows how big is the effect they have on the market. Second largest group (20%) are organisers of events of various types, classified as Others, who constitute a group which is internally very diverse – starting with private persons to e.g. religious associations. The participation of those events organisers significantly increases in the low season, when prices in the venues go down and there is no interest of corporate clients. On the other hand, the participation in the market of associations and organisations in course of the year is very stable (10%); it remains on the same level practically all the time.

Dane dotyczące przemysłu spotkań w Warszawie za rok 2010 i 2011 zbierane od obiektów zbierane były w ten sam sposób, dlatego możliwym jest ich porównanie na przestrzeni lat. Rynek warszawski wciąż rozwija się, dlatego też cennym wydaje się diagnoza trendów na rynku, a także próba prognozy przyszłości przemysłu spotkań w stolicy. Zdajemy sobie sprawę, iż okres jednego roku jest niezwykle krótki i nawet jeśli na rynku zachodzą specyficzne zmiany, będą one trudne do zidentyfikowania. Podejmujemy jednakże próbę analizy zmian, a kształtują się one następująco:

- Warto odnotowania jest fakt zmian w strukturze rynku według rodzaju wydarzeń MICE w Warszawie. W stosunku do roku 2010, swój udział w rynku zwiększyły praktycznie wszystkie typy wydarzeń kosztem Kongresów i Konferencji, które z reguły gromadzą bardzo wielu uczestników. Potwierdza to wcześniejszą hipotezę o braku specjalizacji na rynku oraz o dynamicznym rozwoju wydarzeń o mniejszym zakresie.
- Większość dużych wydarzeń, przyciągających znaczną ilość uczestników podobnie jak rok wcześniej także w 2011 roku organizowana była w marcu. W pozostałych miesiącach widać wyraźną tendencję wzrostu liczby mniejszych wydarzeń z branży spotkań, oraz zmniejszania się przeciętnej wielkości wydarzenia.
- Bardzo ciekawym zjawiskiem jest zwiększająca się liczba krajowych uczestników wydarzeń MICE w Warszawie w stosunku do uczestników zagranicznych. Wzrost ten wskazuje na rozwój wewnętrznego popytu na tego typu wydarzenia, może także wynikać z tendencji zmian charakteru wydarzeń - spadek ilości wydarzeń nastawionych na inwestorów chcących rozwijać swoją pozycję na rynku, w tym inwestorów zagranicznych chcących na rynek dopiero wejść, a przyrost mniejszych wydarzeń, włączając szkolenia i eventy nastawionych na uczestników krajowych.
- Za wzrost rynku MICE w 2011, w znacznej mierze odpowiadają podmioty, które nie zajmują się profesjonalnie organizacją takich imprez. Ich wzrost z 14% do 20% w strukturze rynku wskazuje, że rośnie dysproporcja pomiędzy oczekiwaniami rynku a możliwościami profesjonalnych instytucji na nim funkcjonujących. Może także wskazywać na zwiększającą się luki, której obecni gracze mogą nie dostrzegać, lub może być także echem kryzysu, który z oszczędności zmusza instytucje nie zajmujące się na co dzień organizacją wydarzeń, do rezygnacji z pomocy profesjonalistów.

Data related to the meetings industry in Warsaw for 2010 and 2011 was collected from centres in the same way, that is why it was possible to compare the two years. Warsaw market is still developing, that is why a diagnosis of market trends is very valuable, as well as an attempt to foresee the future of the meetings industry in Warsaw. We do realise that the period of one year is very short and even if there are specific changes on the market, they will be difficult to identify. Still we would like to take an attempt to analyse changes, which look as follows:

- Worth noticing are changes in the market structure according to the kind of MICE events in Warsaw. In relation to 2010, the market participation was increased practically for all the types of events at the expense of congresses and conferences, which as a rule gather many participants. It confirms an earlier hypothesis about the lack of the market speciality, as well as a dynamic development of events on a smaller scale.
- Most of big events, attracting a significant number of participants, like one year before, were organised in March. Throughout the remaining months there is a significant tendency to increase of the number of smaller events, as well as decrease an average event size.
- Another interesting phenomenon is an increasing number of Polish participants of MICE events in Warsaw as compared to foreign participants. This increase indicates the development of an internal demand for this type of events, it may also result from the tendencies related to changes of the event character – there is a decrease in the number of events focused on investors willing to develop their position on the market, including foreign investors who want to join this market, whereas there is an increase of smaller events, including trainings and events focusing on Polish participants.
- An increase on MICE market in 2011 was caused to a substantial degree by entities who professionally do not deal with the organisation of such events. Their increase from 14% to 20% in the market structure indicates that a disproportion between market expectations and possibilities of professional institutions operating is growing. It may also indicate an increasing gap which is not noticed by the present players or can also be an echo of the crisis, which for economic reasons forces institutions not dealing regularly with the organisation of events to resign from the professional support.

PODSUMOWANIE

SUMMARY

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. Rzeczywisty 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 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 przemysłu spotkań – sale konferencyjne oraz powstaje bardzo wiele miejsc noclegowych w nowych hotelach wysokiej klasy w mieście (powstanie 3 nowych hoteli od czasu przygotowywania poprzedniego raportu). W perspektywie najbliższych 2-3 lat Warszawa może być jednym z bardziej znaczących centrów organizujących wydarzenia MICE w Europie.

Stołeczny rynek wydarzeń z branży spotkań jest największy w kraju i należy do czołówki miast w tej części Europy. Choć 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 przemysł spotkań. Z tego też powodu stołeczny rynek charakteryzuje się zjawiskami typowymi dla rozwiniętych rynków MICE w destynacjach miejskich biznesowych, jak np. dwoma wysokimi sezonami (od marca do czerwca i od września do listopada) czy dużą przewagą wydarzeń organizowanych przez firmy dla swoich własnych potrzeb i wysokim udziałem Polaków w strukturze uczestników i organizatorów imprez. Ocenia się, że z roku na rok sytuacja ta będzie się zmieniać wraz z rosnącą popularnością Warszawy za granicą i jej położeniem 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 może szybko uczynić z niej jedno z pierwszych miast, które znajdą się na listach wielu organizatorów wydarzeń z branży spotkań na całym świecie.

Warsaw is the largest city in Poland, which, on account of its functions and its location, possesses a huge potential to occupy a strong position on the list of the world's and European MICE destinations. The potential is already used, but not fully – up till now, first of all the infrastructure (transportation and conference) has been insufficient, but the situation has been improving every year. The airport has been modified, new roads are built, and railway lines renovated and modernised. Also new projects are realised in the area of infrastructure needed for the organisation of the events – conference rooms, as well as many accommodation options are created in new high-class hotels in the city (3 new hotels have been opened since the last report was published). In a perspective of the next 2-3 years Warsaw can become one of the most significant centres, organising MICE events in Central-Eastern Europe.

Warsaw meetings industry is the largest in Poland and belongs to the top group of cities in this part of Europe. Even though its size and popularity are still behind Prague or Budapest, those differences can disappear in a short time, mainly thanks to the development of the city infrastructure, as well as undertaking marketing events to promote it in the world.

Within the perspective of Poland, Warsaw is an unquestionable leader for the reasons mentioned above, such as convenient location, the fact that it is the capital city or that it is the seat of many Polish and international companies. It is because of the business and mentioned companies that Warsaw meetings industry events are created. For this reason Warsaw market is characterised by phenomena typical for developed MICE markets in business destinations, like e.g. two high seasons (from March to June and from September to November) or a big number of events organised by companies for own needs, as well as the participation of the Poles in the structure of the events' organisers and participants. It is estimated that each year this situation will be changing along with the growing popularity of Warsaw abroad and its location on the crossroads of the Eastern and Western Europe. Already at present for many reasons (relatively low prices when compared to Western Europe, the beauty of the city, good conference and hotel base), the capital city of Poland is the place worth visiting, and its foreseen development may quickly make it one of the first towns on the list of meetings industry organisers all over 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