**Dziesiąta edycja Meetings Week Poland w kwietniu**

**Jubileuszowa edycja Meetings Week Poland będzie poświęcona odbudowie i wartości branży spotkań oraz jej zrównoważonemu rozwojowi. Tegoroczna konferencja w formule hybrydowej odbędzie się w dniach 21 – 22 kwietnia w obiekcie muzealno-edukacyjnym Muzeum J. Piłsudskiego w Sulejówku.**

Sektor przemysłu spotkań zmienił się diametralnie, a pandemia i jej konsekwencje spowodowały gwałtowną ewolucję. Podczas dziesiątej edycji Meetings Week Poland zaproszeni przez organizatorów eksperci i praktycy reprezentujący wszystkie sektory rynku zastanowią się, które z tych zmian są przejściowe, a które z nami pozostaną na stałe, ile czasu zajmie powrót do realizacji w takim wymiarze, jak przed pandemią. – Dziesięć edycji spotkań Meetings Week Poland to ogromny bagaż doświadczeń, ale nowa dekada to era transformacji. Spotkajmy się na Meetings Week Poland 2022 w Muzeum J. Piłsudskiego w Sulejówku lub wirtualnie i wspólnie stwórzmy rynek na nowo, który z powodzeniem konkurować będzie w globalnym świecie – zaprasza Anna Jędrocha, koordynator MWP 2022 z ramienia Stowarzyszenia Konferencje & Kongresy w Polsce.

Meetings Week Poland organizowany jest tradycyjnie przez Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce, MPI Poland Chapter, Stowarzyszenie Branży Eventowej, Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel, SITE Poland, Polską Organizację Turystyczną Poland Convention Bureau, Szkołę Główną Turystyki i Hotelarstwa Vistula, The Warsaw Voice oraz MeetingPlanner.pl. W tym roku do grona organizatorów MWP dołączają Polska Izba Przemysłu Targowego - po raz drugi - oraz Rada Przemysłu Spotkań i Wydarzeń TUgether – po raz pierwszy. W programie pierwszego dnia konferencji (21 kwietnia) znajdą się sesje przygotowane przez stowarzyszenia branżowe, Szkołę Główną Turystyki i Hotelarstwa Vistula i The Warsaw Voice. Drugiego dnia (22 kwietnia) odbędzie się spotkanie „Future for MICE” organizowane przez federację TUgether. Finałem jubileuszowej edycji Meetings Week Poland będzie dziesiąta gala konkursu MP Power Awards®, organizowanego przez MeetingPlanner.pl, której termin będzie podany wkrótce.

**Poland Meeting Destination: Hybrydowe dziś i jutro, czyli gra o rozwój**  
Meetings Week Poland tradycyjnie otworzy spotkanie Poland Meetings Destitantion, które w tym roku będzie poświęcone konsekwencjom wirtualizacji i digitalizacji wydarzeń, zarówno tym negatywnym, jak i pozytywnym. Czy te korzystne skutki nie otwierają nowych perspektyw dla dotąd mniejszych graczy i mniej popularnych destynacji? Jak optymalnie wykorzystać pojawiające się szanse? Jakie atuty w tej grze mają podmioty, regiony i miasta w Polsce? Co powinny robić, aby wykorzystać korzystny moment, nie przespać okazji na przeskok na inny, dużo wyższy poziom gry? Czy zaczynamy nowy rozdział w rozwoju naszej branży? W sesji udział wezmą eksperci rynku spotkań, przedstawiciele lokalnych organizacji oraz decydenci.

**SBE: Eko w eventach. Szansa czy konieczność zmiany procesów organizacji wydarzeń?**

Siła przemysłu wydarzeń została zauważona podczas Szczytu COP26 w Glasgow. Od listopada 2021 roku branża eventowa została wpisana w strategię globalnych zmian na rzecz ochrony środowiska. Eko eventy to zdecydowanie przyszłość branży. Jest to również kierunek, w którym każde świadome przedsiębiorstwo powinno zmierzać. Jeśli dziś firmy same nie zadbają o ochronę środowiska poprzez zastosowanie proekologicznych rozwiązań zarówno wewnątrz swoich organizacji, jak i podczas eventów, świat i globalne zmiany wymuszą to na nich prędzej czy później.

Stowarzyszenie Branży Eventowej, zdecydowało się wprowadzić koncepcję „zielonych eventów” i co za tym idzie „eko certyfikatów” wydarzeń, usług oraz produktów. Podczas debaty w ramach Meetings Week Poland jej uczestnicy zastanowią się nad procesem wdrażania idei zielonych wydarzeń. Ustalą, czy nasza branża jest świadomą grupą odbiorców i przedsiębiorców oraz w jakim stopniu i tempie jest w stanie wprowadzić zmiany do sposobu myślenia oraz działania w eko-systemie.

**SITE Polska: zrównoważony rozwój i CSR, odpowiedzialne działania agencji incentive**Zrównoważony rozwój i odpowiedzialne podróżowanie to obecnie jeden z najczęściej spotykanych i omawianych trendów w turystyce. Każda licząca się na świecie sieć hotelowa, linia lotnicza i organizacja turystyczna ma już opracowany program zrównoważonego rozwoju – program ESG (environmental, social, governance). Również agencje organizujące wyjazdy krok po kroku wprowadzają zmiany w swoich wewnętrznych procesach organizacyjnych i w ofercie, aby odpowiedzieć na aktualne potrzeby w tym zakresie. Podczas sesji MWP Site Polska będzie rozmawiać o tym, jak ważne jest myślenie i działanie w zgodzie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Zostanie także zaprezentowany punkt widzenia klientów – czy CSR to potrzeba biznesowa, czy przy wyborze agencji kierują się wskaźnikami z tego obszaru, czy wymagają potwierdzonych działań oraz czy CSR może być decydującym wskazaniem do wyboru dostawcy? Eksperci opowiedzą o programach do mierzenia śladu węglowego, raportach i pomysłach na offset śladu węglowego. Stowarzyszenie zaprezentuje inicjatywy, jakie podejmuje wspólnie z Site Global, aby budować świadomość agencji i turystów w dziedzinie zrównoważonego rozwoju.  

**SOIT: Jak walczyć z szarą strefą w turystyce biznesowej?**

Podczas panelu członkowie SOIT wraz z ekspertami i przedstawicielami innych organizacji branżowych będą rozmawiać o tym, z jakimi nielegalnymi działaniami firm mamy do czynienia na rynku turystycznym i w przemyśle spotkań. To temat, zdaniem SOIT, szczególnie ważny w obliczu odbudowy branży po pandemii, zarówno od strony popytu, jak i zasobów firm. Aby skutecznie zwalczać szarą strefę konieczne jest zaangażowanie i współdziałanie zarówno sił branżowych, społecznych, jak i administracji publicznej. Niezbędne są też szerokie działania informacyjne do rynku dotyczące sankcji. Zaproszeni eksperci przedstawią propozycje rozwiązań, które mogą stanowić impuls do budowy efektywnego mechanizmu monitorowania i eliminowania nielegalnych biznesów w naszej branży.

**SKKP: Kobiety o… trendach, sukcesach i wellbeingu w organizacji**  
Turystyka, w tym turystyka biznesowa jest uznawana za główny filar wzrostu gospodarczego w wielu krajach. Dzięki zasięgowi sektora ma on moc napędzania ożywienia gospodarczego i przywracania społeczności międzynarodowej na właściwe tory. Sektor przemysłu spotkań jest inkluzywny, zatrudnia głównie kobiety i młodzież, rekrutuje pracowników z różnych kontynentów, różnych kultur, posługujących się różnymi językami. Pandemia Covid-19 w sposób szczególny dotknęła wszystkich pracowników branży spotkań, ale kobiety odczuły jej wpływ najbardziej. Pierwsze doświadczyły redukcji zatrudnienia i obniżenia wynagrodzeń (i tak już niższych niż mężczyzn), znosiły uciążliwości pracy zdalnej, przejęły całkowicie odpowiedzialność za edukację swoich dzieci czy opiekę nad starszymi członkami swoich rodzin. Dlatego, jak podkreśla SKKP, odbudowa przemysłu spotkań po pandemii w głównej mierze zależy od dobrostanu kobiet – zapewnienia poczucia bezpieczeństwa i wzajemnego zaufania, zrównoważenia życia zawodowego i prywatnego. Zaproszone do udziału w sesji ekspertki będą dyskutować o roli kobiet w organizacji, kulturze pracy, trendzie wellbeing oraz o tym, jak wspierać się w hybrydowej społeczności.

**PIPT: Targi jako narzędzie marketingu bezpośredniego i relacyjnego w nowej rzeczywistości**

Sesja będzie poświęcona transformacji targów oraz wynikającemu z niej nowemu spojrzeniu na korzyści z udziału w targach dla klientów. Branża targowa, dostosowując się do otaczającej rzeczywistości, oferuje zarówno wystawcom, jak i zwiedzającym nowe rozwiązania, narzędzia, eventy. Dzisiejsze targi, jak zaznacza PIPT, różnią się diametralnie od imprez targowych sprzed trzech – pięciu lat. Nie tylko pojawiły się najnowsze rozwiązania technologiczne dające nowe możliwości i będące często atrakcją targów samą w sobie, ale zmienia się również formuła samych wydarzeń. Na pierwszy plan wysuwają się treści, sposoby komunikacji oraz doświadczenia, jakie targi mogą zaoferować uczestnikom.

**MPI Poland: Hyde Park – narzędziownia MICE. Od psychologii po technologię**

Na tegoroczną edycję MWP stowarzyszenie MPI Poland Chapter przygotowało premierowo zapowiedź nowego projektu edukacyjnego pod nazwą Hyde Park. Jest to projekt, w którym praktycy branży oraz eksperci z różnych dziedzin biznesu, w krótkich formach warsztatowych dzielą się wiedzą i narzędziami, jakie ich zdaniem mogą pomóc w efektywnych działaniach w branży MICE.

Mini-warsztaty odpowiedzą na trzy pytania: co to za narzędzie, jak je zastosować i dlaczego warto to zrobić? Kompetencje, jakie współczesny lider MICE powinien ciągle rozwijać, to paleta wiedzy i umiejętności od psychologii po technologię. Dlatego, jak podkreśla MPI Poland, pierwsze spotkanie narzędziowego Hyde Parku będzie próbką zestawu różnych kolorów z barwnej palety kompetencyjnej lidera MICE.

**PCB: Nie ma teraźniejszości bez przeszłości, nie ma przyszłości bez pamięci – 20 lat Poland Convention Bureau POT**

W roku 2022 Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej świętuje 20-lecie swojej działalności. Panel jubileuszowy podczas MWP poświęcony roli biur marketingu miejsc wczoraj, dziś i jutro, będzie pretekstem do pokazania transformacji, jaką przeszły DMO w Polsce. Przypomniane zostaną projekty i historia Poland Convention Bureau POT, w tym budowa narzędzi promocji i profesjonalizacji polskiej branży spotkań. Uczestnicy panelu porozmawiają o współpracy, trendach oraz poszukają najlepszych przykładów oddziaływania na konkurencyjność miast i państw w świecie VUCA.

**IMEX-MPI-MCI Future Leaders Forum: zaproszenie młodych liderów**

Częścią Meetings Week Poland jest międzynarodowa konferencja studencka wspierana merytorycznie przez MPI Poland. Spotkanie pomaga studentom poznać w praktyce świat branży spotkań oraz nawiązać kontakty z jej przedstawicielami. Program konferencji oparty jest na warsztatach prowadzonych przez profesjonalistów z dziedziny turystyki biznesowej z całego świata.

**RPSiW: Future for MICE, nowe otwarcie – nowe szanse**

Future for MICE będzie spotkaniem podsumowującym problemy i trendy w tzw. new normal w szerokim ujęciu całego przemysłu spotkań i wydarzeń jako złożonego systemu naczyń powiązanych, zasilających od trzech dekad polską gospodarkę na poziomie 1,5-2 proc. PKB. Szerokie ujęcie sektorowe wątków poszczególnych paneli tematycznych zapewnią przedstawiciele piętnastu organizacji branżowych, które w grudniu 2021 r., po ponad 20 miesiącach walki z efektami pandemii, przekształciły swoją działalność w formułę federacji, działając pod wspólnym szyldem Rady Przemysłu Spotkań i Wydarzeń TUgether. Analizę aktualnej kondycji tej gałęzi gospodarki dopełnią głosy zaproszonych na wydarzenie decydentów ze strony administracji rządowej, instytucji państwowych oraz organizacji pracodawców. Podczas sesji omówione zostaną perspektywy i kierunki rozwoju branży w kontekście powrotu do aktywności sprzed Covid-19, priorytety, o które systemowo nasze branże muszą zawalczyć w krótkiej i długiej perspektywie odbudowy. W programie znajdą się takie zagadnienia jak: badania przemysłu spotkań i wydarzeń w Polsce – czy warto znać jego wartość, wpływ przemysłu spotkań na pozostałe gałęzie gospodarki, top 10 wyzwań na czas odbudowy oraz współpraca pomiędzy organizatorami spotkań i dostawcami usług branż powiązanych.

– Podobnie jak w roku poprzednim, zapraszamy do współtworzenia programu MWP. Każdy, kto chciałaby przedstawić swój pomysł, wygłosić opinię czy punkt widzenia na dany temat, może dołączyć do grona mówców w formule Open Pitch – podsumowuje Anna Jędrocha.

Uczestnictwo w Meetings Week Poland jest bezpłatne. Wymagana jest rejestracja: [www.meetingsweek.pl/rejestracja](http://www.meetingsweek.pl/rejestracja)