**Meetings Week Poland 2014: Konferencyjny tygiel na Stadionie Narodowym**

**Maraton konferencyjno-eventowy promujący przemysł spotkań w Polsce odbędzie się na Stadionie Narodowym. Jest to wspólna inicjatywa stowarzyszeń branżowych – MPI Poland, SBE, SKKP i SOIT – oraz Szkoły Głównej Turystyki i Rekreacji i Polskiej Organizacji Turystycznej. W tym roku do organizatorów dołączył The Warsaw Voice. Projekt promujący sektor spotkań jako autonomiczną dyscyplinę i ważną gałąź gospodarki odbywa się pod patronatem Ministerstwa Sportu i Turystyki.**

**W skrócie:**

* **Stowarzyszenia branży spotkań w Polsce –** Meeting Professionals International **Poland, Stowarzyszenie Branży Eventowej, Stowarzyszenie „Konferencje i Kongresy w Polsce”, Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel w 2013 r. zainicjowały projekt Meetings Week Poland**
* **Do organizatorów dołączyli Szkoły Głównej Turystyki i Rekreacji w Warszawie, Polska Organizacja Turystyczna w 2013 r oraz The Warsaw Voice w roku bieżącym**
* Meetings Week Poland to edukacyjne, wizerunkowe i networkingowe wydarzenie branży spotkań w Polsce
* Idea tygodnia spotkań to połączenie w ciągu kilku dni szkoleń, warsztatów i konferencji, wyspecjalizowanych w danym segmencie branży spotkań, oraz wydarzeń, które służyć mają networkingowi i nawiązywaniu relacji B2B
* W Polsce co roku odbywa się kilkadziesiąt tysięcy spotkań realizujących różnorodne biznesowe cele klientów. Ich wartość ma coraz większe znaczenie dla biznesu.
* Meetings Week Poland jako wydarzenie reprezentujące branżę spotkań ze względu na jej interdyscyplinarność kieruje swoją ofertę do środowisk pozabranżowych.
* Meetings Week Poland odbędzie się w dniach 17-21 marca 2014 roku w Centrum Konferencyjnym Stadionu Narodowego.

Program Meetings Week Poland 2014 pokazuje różnorodność narzędzi, jakie branża spotkań dostarcza klientom, oraz obszarów, w jakich realizuje biznesowe cele swoich zleceniodawców. Porusza także aspekty współpracy międzynarodowej oraz opartej na współdziałaniu sektora publicznego i prywatnego.

W ciągu tygodnia będzie można uczestniczyć w spotkaniach edukacyjnych i networkingowych, wzbogacić swoją wiedzę o tym, jak z sukcesem zaplanować i zorganizować konferencję lub korporacyjny event oraz poznać najlepszych fachowców w Polsce, którzy mogą w tym pomóc. Pięć dni to kilka różnych wydarzeń przygotowywanych przez stowarzyszenia branżowe. Meetings Week Poland organizowany jest po raz drugi a jego rangę podkreśla patronackie zaangażowanie Ministerstwa Sportu i Turystyki. Do udziału w wydarzeniach organizatorzy zapraszają nie tylko przedstawicieli branży spotkań, ale też wszystkich obecnych i potencjalnych klientów – planistów konferencji i zleceniodawców eventów, a także media i sojuszników z instytucji otoczenia biznesowego oraz osób odpowiadających za rozwój miast i regionów.

Geneza Meeting Week Poland

Podstawą decyzji o realizacji projektu Meetings Week Poland było zainicjowane jesienią 2012 r. porozumienie marketingowe czterech stowarzyszeń polskiej branży spotkań: MPI Poland Stowarzyszenia Branży Eventowej, Stowarzyszenia Konferencje i Kongresy w Polsce, i Stowarzyszenia Organizatorów Incentive Travel. Projekt wielodniowej konferencji pod hasłem Meetings Week Poland został zainicjowany przez MPI Poland podczas debaty stowarzyszeń branżowych, która odbyła się w ramach targów ITM Business Tourism.

 – Celem Meetings Week jest uzyskanie efektu skali dla pokazania znaczenia branży spotkań dla gospodarki kraju oraz skupienie w jednym czasie osób z całego środowiska dla wyrażania opinii istotnych dla przyszłości profesjonalistów odpowiadających za realizację różnego rodzaju wydarzeń, konferencji i kongresów – mówi Anna Jędrocha, prezes SKKP, organizacji, która w tym roku koordynuje realizację Meetings Week Poland.

**W ramach Meetings Week Poland 2014 odbędą się:**

* **Poland - Meetings Destination: Jak przyśpieszyć rozwój przyjazdowej turystyki konferencyjnej w Polsce?** Konferencja ekspertów, samorządowców i polityków. (17 marca, organizator: The Warsaw Voice)
* **Event jako narzędzie biznesowe w promocji miast i regionów** (18 marca, organizator: Stowarzyszenie Branży Eventowej)
* **Akademia SOIT: Siła Motywacji** (19 marca, organizator Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel)
* **Szkolenie MPI Poland: Nowoczesne technologie w zarządzaniu eventami** (20 marca, organizator MPI Poland Club)
* **IX Studencka Konferencja Naukowa IMEX-MPI-MCI Future Leaders Forum Warsaw** (20 marca, organizator SGTiR)
* **II Konferencja „Normy Spotkań – Specyfikacje, Wytyczne, Praktyka”** (21 marca, organizator: Stowarzyszenie „Konferencje i Kongresy w Polsce”)

Szczegółowy program oraz założenia poszczególnych spotkań znajdują się na stronie:

<http://meetingsweek.pl>

Kto powinien wziąć udział?

Organizatorzy Meetings Week Poland 2014 kierują zaproszenie do udziału do przedstawicieli działów marketingu, HR, PR, sprzedaży, zakupów, osób odpowiedzialnych za organizację wydarzeń w firmach i instytucjach, agencji działających w sektorze spotkań, przedstawicieli dostawców, w tym hoteli i centrów konferencyjno-targowych, firm multimedialnych, cateringowych, przewoźników, a także dziennikarzy.

Znaczenie Meeting Industry

Meeting Industry to określenie coraz częściej używane na świecie, jako pojęcie podkreślające rosnące znaczenia branży specjalistycznych usług związanych z organizacją konferencji, kongresów, targów, wystaw, eventów i wydarzeń różnych środowisk zawodowych, oraz liczebność takich przedsięwzięć. W Polsce co roku odbywa się kilkadziesiąt tysięcy spotkań realizujących różnorodne biznesowe cele klientów. Spotkania zawsze miały wielkie znaczenie dla firm, instytucji i stowarzyszeń. Nowoczesne narzędzia komunikacji zdalnej, w tym wszechobecność internetu, wcale nie umniejszają roli spotkań, co więcej rodzą głód kontaktu twarzą w twarz. Jednak współczesne spotkania ewoluują, otwierają się na nowe narzędzia i oczekiwania młodych generacji. I w takiej nowej, ambitnej formie konferencje będą nadal pełnić rolę wiodącego narzędzia komunikacji marketingowej, o najwyższej skuteczności w przekazywaniu wiedzy, budowaniu emocji i kształtowania postaw zespołów ludzkich.