

BOLESŁAW OCIECZEK*, KATARZYNA HETMAN**

Poznań miastem turystyki kongresowej i biznesowej

Streszczenie. Poznań jako jedno z najważniejszych miast w Polsce jest też jednym z głównych centrów kongresowych Polski oraz znaczącym ośrodkiem turystyki kongresowej na arenie europejskiej i światowej. Warto podkreślić jego udział w życiu krajowym i światowym oraz pozycję jako centrum biznesowo-kongresowego. Artykuł prezentuje zarówno walory turystyczne, jak i biznesowe tego miasta. Jego celem jest ukazanie posiadanej, dobrze wyposażonej, rozbudowanej i odpowiedniej infrastruktury oraz zdobytych doświadczeń pozwalających nazwać Poznań ważnym miastem konferencyjno-biznesowym. Niebagatelną rolę odgrywają tu: położenie miasta, atrakcje turystyczne, ośrodki naukowe, miejskie i okoliczne centra kongresowe i szkoleniowe, a także baza noclegowa dla gości biznesowych. Poznań jako ważny ośrodek naukowy, z tradycjami organizacyjnymi już od czasów Powszechnej Wystawy Krajowej, jest predystynowany do organizacji tego typu imprez. Przedstawiono również Międzynarodowe Targi Poznańskie jako najważniejszy ośrodek handlowo-kongresowy w Polsce – ich historię, zaplecze konferencyjne i obszar działania. Artykuł ukazuje, że Poznań jest miejscem przyjaznym spotkaniom organizowanym dla różnych grup ludzi: naukowców, przedsiębiorców, polityków, sportowców, ekologów, artystów, specjalistów różnych branż.

Słowa kluczowe: turystyka kongresowa, baza turystyczna, centra biznesowo-kongresowe, baza towarzysząca, obiekty, usługi, rozrywka, kultura, konferencje, wypoczynek, Międzynarodowe Targi Poznańskie, goście, infrastruktura

* Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, Instytut Nauk Ekonomicznych, e-mail: boleslawocieczek@gmail.com, tel. 668 709 608.

** Wielkopolska Izba Turystyczna, e-mail: wit@wit.poznan.pl, tel. 509 355 338.

1. Wstęp

Turystyka kongresowa i biznesowa charakteryzuje się tym, że dotyczy dużego międzynarodowego lub krajowego zjazdu osób: uczonych, polityków, przedstawicieli biznesu, różnych formacji zawodowych lub organizacji. Spotkania takie organizuje się po to, aby odbyć wspólne narady i podjąć uchwały, zaprezentować wyniki badań naukowych, stworzyć forum wymiany informacji i dzielenia się doświadczeniami. Tego typu przedsięwzięcia wymagają jednak precyzyjnego przygotowania i organizacji.

W artykule podjęto próbę wykazania, m.in. przez przedstawienie tradycji i odpowiedniej infrastruktury, że Poznań to miasto kongresowo-biznesowe wyposażone w centra kongresowe, szkoleniowe i bazę dla gości biznesowych. Do uprawiania turystyki kongresowej i biznesowej konieczne jest jednak odpowiednie zaplecze, w tym elementy zagospodarowania turystycznego, warunkujące funkcje turystyczne regionu i określające zdolność usługową miasta, a także baza towarzysząca, czyli obiekty o charakterze handlowym, rozrywkowym, kulturalnym i sportowym.

Niezbędnym elementem infrastruktury pozwalającym na istnienie turystyki kongresowej jest rozwinięta baza noclegowa. Turystyka kongresowa wymaga bowiem wysokiego standardu świadczonych usług. Główną rolę odgrywają tu ośrodki umożliwiające uczestnictwo w kongresach czy konferencjach, czyli centra kongresowe, ośrodki szkoleniowe lub szkoleniowo-wypoczynkowe. Turystyka biznesowa jest często powiązana z turystyką kongresową. Przykładem tego są Międzynarodowe Targi Poznańskie – najważniejszy ośrodek kongresowy w Polsce, gdzie pod koniec 2008 r. odbyła się Międzynarodowa Konferencja ONZ w sprawie zmian klimatycznych COP-14.

2. Ogólna charakterystyka turystyki kongresowej

Turystyka kongresowa od lat cieszy się dużym zainteresowaniem środowisk biznesowych. Do jej rozkwitu przyczyniała się wzmożona potrzeba organizowania zgrupowań, seminariów, kongresów i konferencji dla naukowców, polityków, gości biznesowych czy przedstawicieli różnych formacji zawodowych i organizacji. Turystyka kongresowa stanowi odłam turystyki biznesowej, bazujący głównie na organizacji kongresów czy konferencji. Oba te kierunki turystyki są ściśle ze sobą związane i uzupełniają się wzajemnie. Turystyka biznesowa oznacza podróże w celach handlowych, zaś turystyka kongresowa opiera się na organizacji zjazdów w celach zawodowych. W związku z tym na całym świecie powstały centra

i ośrodki kongresowe, przygotowane na przyjmowanie gości biznesowych. Ich liczba z roku na rok rośnie, a także tworzą się wyspecjalizowane organizacje zajmujące się przygotowaniem konferencji i kongresów.

Turystyka kongresowa to krajowy lub międzynarodowy ruch osób podejmujących podróże w celu uczestnictwa w kongresach, konferencjach, seminariach, sympozjach czy zgromadzeniach. Ma ona grupowy i elitarny charakter. Korzystają z niej przedstawiciele biznesu, różnych formacji zawodowych lub organizacji, naukowcy, politycy, sportowcy, ekolodzy. „W powszechnej opinii kongresem nazywa się zebranie o charakterze sesji plenarnej zwoływane zazwyczaj co kilka lat, w którym bierze udział znaczna liczba uczestników” (Szwichtenberg 2000: 46). Według Marianny i Romana Łazarków kongres to „formalne spotkanie lub zgromadzenie o charakterze informacyjnym, konsultacyjnym i dyskusyjnym” (Łazarek, Łazarek 2002: 201). W Paryżu w 1963 r. na XI Konferencji Organizacji Międzynarodowych kongres zdefiniowano jako „zebranie znacznej liczby uczestników, dostępne dla wszystkich kwalifikujących się osób i organizacji, objęte konkretnym programem, zwoływane co kilka lat” (Alkjear, Eriksen 1969).

Kongres jest wydarzeniem na najwyższym poziomie i ma charakter ogólnokrajowy lub międzynarodowy. Stanowi regularnie powtarzane spotkanie (zjazd) dużej grupy osób w celu przedyskutowania konkretnego tematu lub grupy tematów, zwykle trwa kilka dni, a dyskusje mogą odbywać się w równoległych sesjach. Tematyka kongresu zwykle jest szeroko określona. Konferencja cechuje się zaś nieco mniejszą skalą niż kongres oraz węższym zakresem tematycznym, często skierowana jest do specjalistów danej branży. Konferencje to spotkania ważne ze względu na przedmiot obrad i ich rezultaty. Według kryterium ilościowego kongres ma miejsce wtedy, gdy liczba uczestników przekracza 200, natomiast konferencja – gdy gromadzi uczestników poniżej tej liczby. Według Komitetu Rady Gospodarczo-Społecznej Narodów Zjednoczonych kongres można uznać za międzynarodowy, gdy biorą w nim udział osoby z przynajmniej trzech krajów. Definitywnie więc kongres, konferencja, sympozjum uznawane są za wyrazy bliskoznaczne, w praktyce rozróżnia się je według skali i charakteru wydarzeń.

Zazwyczaj w spotkaniach tych biorą udział goście krajowi i zagraniczni. Niekiedy w ich ramach przewidziane są wycieczki krajoznawcze oraz imprezy poznawcze, rozrywkowe i rekreacyjne, dlatego ten rodzaj turystyki przynosi znaczne korzyści ekonomiczne.

Rodzaje i rozmiary konferencji oraz czas ich trwania bywają różne. Na przykład konferencja naukowa to spotkanie grupy naukowców, praktyków i osób zainteresowanych pewnym działem nauki. Występuje duża rotacja uczestników w czasie jej trwania, gdyż wiele osób przyjeżdża, by wysłuchać danego wykładu lub wziąć udział tylko w jednej sesji wykładowej. W czasie tego rodzaju konferencji odbywają się dziesiątki równoległych sesji wykładowych, paneli dyskusyjnych, natomiast nie organizuje się w ich ramach warsztatów oraz pozostawiają one mało

czasu na nieformalne dyskusje. Tradycyjne konferencje najczęściej gromadzą od 80 do 100 uczestników i trwają 1-5 dni. Większość osób uczestniczy w nich od początku do końca. W tym czasie odbywa się od 2 do 4 sesji wykładowych. Zwykle przynajmniej jedno przedpołudnie jest wolne od sesji, dając uczestnikom czas na nieformalne dyskusje.

Kongresy są zwykle większymi spotkaniami i gromadzą od kilkuset do kilku tysięcy uczestników i mogą trwać nawet 2 tygodnie. Poza podstawowym podziałem kongresów na międzynarodowe i krajowe istnieje również podział według kryterium przedmiotu obrad, np. kongresy muzyków, chirurgów czy politologów. Kongresy międzynarodowe można też podzielić według zasięgu i regionu (np. skandynawskie, europejskie).

Za pierwszy kongres uznano zjazd medyczny, który odbył się w 1681 r. w Rzymie (Kowalczyk 2002: 174). W XIX w. miasta takie jak Paryż czy Londyn były często odwiedzane przez różne grupy ludzi w celu spotkań dyskusyjnych czy konsultacyjnych. Jednak dopiero w połowie XX w., a zwłaszcza po II wojnie światowej, zjawisko to przybrało znaczące rozmiary, jako odbicie postępu w nauce i technice. Według Ursuli Braun-Moser w latach 1989-1990 w Stanach Zjednoczonych liczba kongresów wzrosła o 10,1 p.p., a liczba osób, które w nich uczestniczyły – o 13,8 p.p. W 1990 r. odbyło się na świecie około 60 tys. konferencji i kongresów międzynarodowych (Łazarek, Łazarek 2002: 204). Tendencja wzrostowa utrzymuje się cały czas.

W połowie lat 90. odbywało się od 8 do 9 tys. kongresów międzynarodowych rocznie. Przeważała w tym Europa (60% kongresów), a za nią Ameryka (20%). W drugiej połowie lat 90. udział Europy w organizacji kongresów i konferencji nieznacznie się zmniejszył, a na drugie miejsce wysunęła się Azja (19%). Zwiększył się również udział Afryki, krajów Pacyfiku i Australii (Raport ICCA 1998). W Europie czołową pozycję zajęły Wielka Brytania i Niemcy, gdzie liczba uczestników w konferencjach i kongresach wyniosła ponad 100 tys.

Miejscem organizacji kongresów są duże miasta, stolice, o odpowiedniej infrastrukturze turystycznej, „zwłaszcza jeżeli posiadają zabytki lub inne atrakcje turystyczne” (Gołembowski 2002: 32). W ostatnich latach wielkimi centrami kongresowymi stały się Nowy Jork, Paryż, Rzym i Bruksela. Coraz częściej jednak funkcję tę pełnią również miejscowości lub regiony o walorach wypoczynkowych czy uzdrowiskowych, takie jak Lazurowe Wybrzeże we Francji czy Acapulco w Meksyku. Ten rodzaj turystyki przynosi znaczne korzyści ekonomiczne, co przyczynia się do rozwoju bazy przeznaczonej do obsługi turystyki kongresowej. „W świecie istnieją kraje, regiony i miasta, które nawet wyspecjalizowały się w organizacji i obsłudze tego rodzaju turystyki” (Łobożewicz, Bieńczyk 2001: 181). Powoływane są nawet do tego odpowiednie działy biur podróży i specjalne organizacje.

3. Turystyka kongresowa i biznesowa

Turystyka biznesowa, rozwijająca się w Polsce dopiero od lat 90., była w krajach o rozwiniętych gospodarkach powszechną formą myślenia o funkcjonowaniu firm i przedsiębiorstw. Turystyka biznesowa bywała określana mianem „podróży służbowej”. Mowa o niej wtedy, gdy cel podróży związany jest z wykonywanym zawodem, jednak nie można jej traktować po prostu jako wykonywania obowiązków służbowych poza siedzibą firmy. Turystyka biznesowa to nie tylko jeden ze sposobów realizowania zadań firmy, ale także nowy model jej funkcjonowania w rzeczywistości. Tym, bez czego prawie żadna firma nie może dziś działać, są spotkania, targi, sympozja, imprezy i wydarzenia firmowe. Turystyka biznesowa jest więc formą kontaktu z klientem, partnerami, kontrahentami, otoczeniem gospodarczym, potencjalnymi pracownikami, odbiorcami towarów i usług. Służą temu spotkania biznesowe, spotkania grupowe, podróże motywacyjne, szkolenia i kursy, imprezy integracyjne i motywacyjne. Turystyka biznesowa stanowi stałe i ważne źródło dochodów oraz przynosi partnerom obopólne korzyści.

Turystyka biznesowa to podróże o charakterze zawodowym, w celach handlowych, podczas których osoby wyjeżdżające korzystają z podstawowych usług turystycznych. W czasie wyjazdu uczestnicy w wolnych chwilach podejmują działalność rekreacyjną i turystyczną. „Pracownik delegowany służbowo w sprawach handlowych w kraju lub za granicę może również wypełniać funkcję czasu wolnego” (Gaworecki 2007: 35). Turystyka biznesowa to inaczej podróże służbowe, których koszty zazwyczaj pokrywają instytucje delegujące. Ten rodzaj turystyki narzuca określony typ usług, np. wymagania hotelowe turysty biznesowego wykraczają poza sam nocleg. Poza wygodnym łóżkiem ważne są dla niego: sprawny system przekazywania wiadomości, room-service¹ czy możliwość uzyskania bieżących informacji ekonomicznych.

W turystyce kongresowej jako międzynarodowym i krajowym ruchu osób podejmujących podróże w celach służbowych można dopatrzeć się znaczących podobieństw do turystyki biznesowej. Turystyka kongresowa zalicza się bowiem do podstawowych form turystyki biznesowej, obok motywacyjnej i handlowej, jest więc definicyjnie jej podporządkowana. Obie formy bazują na podróżach osób w celach biznesowych, lecz turystyka kongresowa koncentruje się na wyjazdach na kongresy czy seminaria.

Rozwój hoteli, instytucji szkoleniowych, restauracji, centrów rozrywkowych i sportowych to rozwój konkretnych firm. Wspólna korzyść motywuje do wspólnych działań, kooperacji, wspierania się, łączenia sił w celu jak najlepszej promo-

¹ Room-service – obsługa hotelowa, płatna dodatkowo, www.polskainfo.pl [23.05.2013].

cji działalności turystyczno-biznesowej. Powodem jest to, że turystyka biznesowa generuje coraz większe zyski dla regionów i miast, motywując do bardziej energicznej promocji miasta, regionu, z ich możliwościami i specyfiką.

Turystyka biznesowo-kongresowa pociąga za sobą wiele działań marketingowych. Powoływane są organizacje i stowarzyszenia, których zadaniem jest promowanie miast dla biznesu i konferencji. W Poznaniu można wyróżnić przede wszystkim Wielkopolską Izbę Przemysłowo-Handlową, Sejmik Gospodarczy Województwa Wielkopolskiego oraz Stowarzyszenie Gmin Regionu Wielkopolski. Wszystkie te instytucje promują miasto na arenie krajowej i międzynarodowej, tworząc odpowiedni wizerunek, przyciągający turystów biznesowych i kongresowych.

4. Konferencja klimatyczna w Poznaniu

Jednym z najważniejszych wydarzeń organizacyjnych ostatniego dziesięciolecia w Poznaniu oprócz Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej Euro 2012 była Konferencja Narodów Zjednoczonych w sprawie zmian klimatu. Odbyła się ona na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich w dniach od 1 do 12 grudnia 2008 r. Przybyło na nią ponad 10 tys. osób, 180 ministrów ochrony środowiska i innych osobistości światowego rynku polityczno-biznesowego. Obradowali oni na temat emisji gazów cieplarnianych i problemu globalnego ocieplenia klimatu. Najważniejszym osiągnięciem była zgoda delegatów na utworzenie Funduszu Adaptacyjnego. Dzięki tym środkom finansowym kraje rozwijające się będą mogły przystosować się do zmian klimatu. Podpisana też została Ramowa Konwencja Narodów Zjednoczonych w sprawie zmian klimatu (UNFCCC). Jest to jedna z najważniejszych umów ekologicznych formułujących podstawy międzynarodowych działań w walce z globalnym ociepleniem klimatu.

Konferencja klimatyczna w Poznaniu została uznana za sukces. Sekretarz Konwencji ONZ w sprawie klimatu Tvo de Boer podkreślił, że wypracowano na niej konkretne rozwiązania, a także ustalono program roboczy na następny rok, zakładający zintensyfikowanie negocjacji. Wszyscy uczestnicy byli zadowoleni z organizacji konferencji w Poznaniu. Przez kilkanaście dni obrad i imprez towarzyszących w mieście nie było korków ani większych utrudnień. Goście z ponad 190 krajów świata mogli podróżować swobodnie po centrum miasta i korzystać z przygotowanej przez Poznań oferty kulturalnej. Miasto zapewniło wszystkim uczestnikom dobrze przygotowane zaplecze gastronomiczne i noclegi. Specjalnie na wyjazd gości na poznańskim lotnisku Ławica pojawiło się pięć dodatkowych samolotów. Poznańska Międzynarodowa konferencja w sprawie zmian klimatu kosztowała ONZ 90 mln zł.

5. Obiekty związane z turystyką kongresową w Poznaniu

Poznań jest stolicą Wielkopolski – kolebki państwa polskiego, która ze względu na ciekawe zabytki i rozwiniętą infrastrukturę jest wyjątkowo atrakcyjna dla odwiedzających ją gości. Poznań to około 600-tysięczna, piąta pod względem wielkości w Polsce metropolia, znajdująca się w połowie drogi między Berlinem a Warszawą. Przez Poznań przepływają rzeki Warta i Cybina, w granicach miasta znajdują się aż cztery duże jeziora, stanowiące miejsca odpoczynku i rekreacji. Poznań leży w strefie klimatu umiarkowanego przejściowego. Roczne opady deszczu są tu niższe niż w innych częściach Polski, co stwarza dobre warunki do spacerów, zwiedzania i rekreacji na świeżym powietrzu.

Poznań jako centrum konferencyjne i kongresowe musi przyczyniać się do rozwoju infrastruktury i budowania przyjaznego klimatu dla spotkań biznesowych i organizacji konferencji. Podstawą turystyki biznesowo-kongresowej są takie elementy, jak: sale obrad, noclegi, sprzęt konferencyjny oraz sprawna obsługa organizacyjna. Obiekty muszą mieć stosowne wyposażenie audiowizualne oraz zaplecze gastronomiczne. Poznań ma drugi po Warszawie najszybciej rozwijający się rynek hotelowy w Polsce. Istnieje tu wiele hoteli skategoryzowanych. Stosunkowo dobrze rozwinięta jest sieć obiektów trzy- i dwugwiazdkowych, ale mało jest obiektów o bardzo wysokim standardzie, czyli hoteli cztero- i pięciogwiazdkowych.

Zainteresowaniem turystów biznesowych cieszą się hotele skategoryzowane, przeważnie luksusowe bądź klasy wielogwiazdkowej. Jednak w przypadku dużych i ważnych wydarzeń turyści korzystają ze wszystkich dostępnych miejsc z powodu braku miejsc luksusowych. Podstawową bazę noclegową stanowią hotele, pokoje gościnne, apartamenty, pensjonaty, hostele² czy domy gościnne.

W Poznaniu jest ponad 8 tys. miejsc noclegowych zlokalizowanych w obiektach całorocznych. Miasto dysponuje prawie 60 hotelami o różnym standardzie oraz licznymi centrami kongresowymi i ośrodkami szkoleniowymi. Ich liczba cały czas wzrasta, otwierane są nowe centra i ośrodki szkoleniowe. Jako główne i najbardziej znane centrum kongresowe można wskazać Centrum Kongresowe Targi, Międzynarodowe Targi Poznańskie. Do innych ośrodków konferencyjno-szkoleniowych można zaliczyć Centrum Kongresowo-Dydaktyczne Uniwersytetu Medycznego i Centrum Kongresowe Instytutu Ochrony Roślin. Dzięki środkom unijnym wybudowano także dwie nowoczesne, w pełni wyposażone sale koncertowo-konferencyjne: Aula Nova (przy Akademii Muzycznej) i Aula

² Hostel – miejsce tymczasowego zakwaterowania o tańszym standardzie niż hotel, posiadający łóżka piętrowe i charakteryzujący się współdzieleniem części wyposażenia i pomieszczeń, np. kuchni, łazienki.

Artis (przy Wyższej Szkole Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa). W salach tych odbywają się nie tylko koncerty i spektakle, ale również konferencje i inne ważne spotkania. Na uwagę zasługuje również Hala Arena, w której organizowane są imprezy sportowe, kulturalne i widowiskowe.

Międzynarodowe Targi Poznańskie mają ogromne zaplecze biznesowe. Co roku organizowanych jest około 80 wydarzeń targowych, w których bierze udział 13 tys. wystawców, w tym 3 tys. firm zagranicznych z 70 krajów świata. Łącznie MTP posiadają aż 18 tys. miejsc w salach konferencyjnych. Teren targów to ponad 110 tys. m² powierzchni wystawienniczej w halach oraz 35 tys. m² powierzchni na świeżym powietrzu. Targi to nowoczesne centrum kongresowe i wystawiennicze, centrum wielkich możliwości, oferujące ponad 70 sal konferencyjnych, 16 pawilonów wystawienniczych, otwartą przestrzeń oraz parking na 2 tys. samochodów. Zróżnicowane architektonicznie wnętrza umożliwiają organizację wydarzeń o różnorodnym charakterze. Targi budują prestiż przemysłu targowego w Polsce i jego wizerunek – prawie wszyscy uczestnicy targów oceniają polski biznes targowy według poznańskich standardów. Poznań odwiedza rocznie około 400 tys. turystów biznesowych³.

Na początku 2012 r. podjęto największe inwestycje budowlane na MTP ostatnich lat oraz zakrojone na szeroką skalę prace modernizacyjne, w wyniku których powstało nowoczesne centrum kongresowe i wystawiennicze z Salą Ziemi mogącą pomieścić 2 tys. osób. Sala Ziemi to sala widowiskowo-koncertowa, która może być aranżowana na wiele sposobów – od układu kinowego, poprzez forum, gdzie scena otoczona jest przez rozsuwane teleskopowo audytorium, aż po podział na dwie odrębne sale. Sala Ziemi posiada najnowocześniejsze wyposażenie audiowizualne i dostosowana jest do organizacji konferencji, koncertów i wydarzeń specjalnych na najwyższym światowym poziomie.

Również w Zamku Cesarskim dokonano przebudowy kompleksu Sali Wielkiej mogącej pomieścić ponad 460 osób. Obiekt ten, w którym mieści się Centrum Kultury Zamek, jest dużą atrakcją turystyczną nie tylko dla mieszkańców Poznania, ale także dla uczestników konferencji i kongresów odbywających się w naszym mieście.

Na początku 2014 r. nastąpiło otwarcie Bramy Poznania ICHOT (Interaktywne Centrum Historii Ostrowa Tumskiego), która została wybudowana na Ostrowie Tumskim, aby przybliżyć ponad tysiącletnią historię państwa polskiego i Poznania oraz podkreślić historyczną rangę miasta.

Znakomite położenie, duży wybór hoteli, bliskość lotniska i dworca kolejowego oraz bogata oferta kulturalna miasta sprawiają, że jest to idealna lokalizacja dla konferencji, kongresów, targów, wydarzeń sportowych i kulturalnych. Powoduje to, że różne światowe organizacje chętnie organizują w Poznaniu spotkania.

³ <http://jazzevent.pl/blog/2011/10/turystyka-biznesowa-i-zaplecze-konferencyjne-w-poznaniu/> [23.05.2013].

Przykładem może być konferencja zorganizowana w pierwszym kwartale 2014 r. przez Światowe Stowarzyszenie Przemysłu Targowego na temat technologii informacyjnej.

6. Międzynarodowe Targi Poznańskie

Współczesny Poznań słynie jako ośrodek handlu przede wszystkim za sprawą Międzynarodowych Targów Poznańskich. Targi są niekwestionowanym liderem wystawiennictwa gospodarczego w Polsce. To dzięki nim mamy do czynienia z najpełniejszą prezentacją polskich przedsiębiorstw, a także firm zagranicznych. Organizując około 80 międzynarodowych targów specjalistycznych w ciągu roku, MTP przyjmują kilkanaście tysięcy wystawców i kilkaset tysięcy zwiedzających.

Targi stwarzają możliwość bezpośredniego kontaktu z obecnymi i potencjalnymi kontrahentami, dokonania analizy rynku i jego poszczególnych segmentów, a także nawiązania korzystnej współpracy. Targi obejmują różne dziedziny gospodarki: rolnictwo, przemysł rolno-spożywczy, budownictwo, inwestycje przemysłowe, motoryzację, informatykę, poligrafię, logistykę, ekologię, medycynę, turystykę, modę, wyposażenie domów i mieszkań i inne. Większość z nich to największe targi wśród odbywających się w Polsce, niektóre zaliczane są do czołówki europejskiej. Można tu wymienić targi poligraficzne, budowlane czy meblarskie. Międzynarodowe Targi Poznańskie mają 50% udziałów w rynku targowym w Polsce i są drugim organizatorem targów w Europie Środkowo-Wschodniej. Poznań jako jedyny ośrodek w Polsce został ujęty w światowym rankingu miast targowych AUMA. Nowoczesna baza targów jest dostosowana do przyjmowania wystawców i zwiedzających. Wokół Targów koncentruje swoje działania World Trade Center Poznań – współpracując z Międzynarodowymi Targami Poznańskimi, m.in. asystuje zagranicznym misjom handlowym w organizowaniu ich pobytu w Poznaniu i w Wielkopolsce. Międzynarodowe Targi Poznańskie są członkiem założycielem Związku Targów Międzynarodowych UFI, aktywnie uczestniczą też w pracach innych międzynarodowych organizacji skupiających organizatorów specjalistycznych targów branżowych.

7. Historia Międzynarodowych Targów Poznańskich

Pomysł zorganizowania w Poznaniu międzynarodowych targów zrodził się w środowisku kupieckim w maju 1917 r. na zjeździe Związku Towarzystw Kupieckich w Poznaniu (organizacji zrzeszającej lokalne towarzystwa kupieckie z Wielko-

polski i Pomorza) (Topolski, Trzeciakowski 1998: 924). Pierwsze targi, noszące nazwę Targ Poznański, odbyły się w 1921 r. i miały charakter krajowy. Mogły w nich brać udział tylko firmy polskie i z Wolnego Miasta Gdańska. Targi krajowe wzbudziły zainteresowanie wśród zagranicznych kupców. Już w 1924 r. doszło do zawarcia pierwszych międzynarodowych kontraktów. Targi w Poznaniu przyczyniły się do przyspieszenia integracji gospodarczej kraju.

Pierwsze targi o międzynarodowym charakterze odbyły się w 1925 r. już w czasie ożywienia światowej koniunktury (Topolski, Trzeciakowski 1998: 926). Oficjalne zatwierdzenie Targu Poznańskiego jako imprezy międzynarodowej nastąpiło w 1928 r. Dwa lata później zorganizowano Kongres Związku Targów Międzynarodowych, na którym nastąpiło przyjęcie statutu. Uczestnikom, którzy podpisali statut, przysługuje tytuł członka założyciela związku. Taki tytuł posiadają Międzynarodowe Targi Poznańskie.

Przełom w działalności targów nastąpił w 1929 r., gdy w dniach od 16 maja do 30 września urządzono wielką wystawę pod nazwą Powszechna Wystawa Krajowa (PeWuKa). Myślą PeWuKi było zaprezentowanie całokształtu dorobku kulturalnego, gospodarczego i organizacyjnego Polski. PeWuKa pobiła wszelkie rekordy zwiedzających w całej historii Międzynarodowych Targów Poznańskich. Wystawę odwiedziło 4,5 mln osób, w tym ponad 200 tys. z zagranicy (Topolski, Trzeciakowski 1998: 927). Ogromnej ekspozycji PeWuKi towarzyszyło ponad 100 kongresów, zjazdów, zlotów o charakterze gospodarczym, zawodowym, naukowym i kulturalnym oraz wiele spotkań Polaków ze wszystkich stron kraju, Europy i zza oceanu, nieraz masowych, wielotysięcznych (Zakrzewski 1985). Wśród gości zagranicznych były oficjalne delegacje z członkami rządów na czele oraz prawie tysiąc dziennikarzy z ponad 30 krajów.

Wystawa stanowiła okazję do relacji i reportaży dla prasy zagranicznej. Powstał obszerny plon publicystyczny oraz wiele artykułów, m.in. w prasie niemieckiej, chwalaćcych poznańską imprezę. Organizatorzy Targów oraz władze miasta dołożyli wszelkich starań, aby goście targowi oraz zagraniczni mogli zapoznać się z akcją promocyjną i celem organizacji Powszechnej Wystawy Krajowej. Wystawa wzmocniła pozycję Polski na arenie europejskiej. Związana była z obchodami rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości. W biuletynie informacyjnym poruszona została kwestia pokojowa: „Będzie to największe dzieło pokojowe, jakie naród polski z Rządem Rzeczypospolitej na czele dokonał po odzyskaniu samodzielności państwowej” (Biuletyn 1929).

W historii targów odnotowano również kryzys spowodowany wystąpieniem recesji gospodarczej. Jednak w latach 30. wraz z ożywieniem gospodarczym wyraźnie wzmocniły one swą rolę imprezy ogólnokrajowej. Kierownictwo Międzynarodowych Targów Poznańskich organizowało w czasie trwania imprez zjazdy i konferencje specjalistów i fachowców z różnych dziedzin. Tematyka obrad związana była ściśle z określonymi ekspozycjami targowymi.

Rozwój Międzynarodowych Targów Poznańskich przerwał wybuch II wojny światowej. „Co prawda Niemcy planowali organizację imprez wystawienniczych po jej zakończeniu, ale w 1942 roku tereny targowe przejęło wojsko” (Kasińska, Soroka, Woźna 2003: 281). Nalot aliantów w 1944 r. zniszczył część zabudowań, a pozostałe budynki i pawilony spłonęły w czasie walk o wyzwolenie Poznania. Po II wojnie światowej Targi zostały wznowione w 1947 r. i rozpoczęła się ich odbudowa. Na początku lat 80. Międzynarodowe Targi Poznańskie były jednymi z największych w Europie, a rozbudowa i modernizacja infrastruktury targowej nadal trwa.

Międzynarodowe Targi Poznańskie również w przyszłości będą inwestowały w swą infrastrukturę, aby umocnić pozycję lidera w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej. W ramach inwestycji powstaną nowe pawilony. Ruszyły również prace związane z dokończeniem głównego reprezentacyjnego wejścia na teren targów od strony ulicy Głogowskiej. W miejscu restauracji „Adria” powstanie nowoczesny biurowiec zaprojektowany przez firmę ADS Studio, znaną m.in. z projektu Starego Browaru w Poznaniu. Przebudowie ulegnie Centrum Targowe, które razem z nowym budynkiem stworzy nowoczesną formę reprezentacyjną MTP. Wszystkie działania inwestycyjne mają na celu zapewnienie lepszych warunków gościom targowym, których z roku na rok przybywa.

Centrum konferencyjne Międzynarodowych Targów Poznańskich to największa baza kongresowa w Polsce. Posiada dobrze wyposażone, klimatyzowane sale konferencyjne o różnym standardzie i możliwościach aranżacji. Centrum to posiada certyfikat Profesjonalnego Organizatora Turystyki Biznesowej nadany mu przez Polską Organizację Turystyczną. Oferuje ono usługi cateringowe oraz pośrednictwo w zakwaterowaniu.

Międzynarodowe Targi Poznańskie można uznać za jedno z największych osiągnięć miasta. Mają one duży wpływ na życie miasta, są jego zapleczem ekonomicznym i wpływają na wzrost gospodarczy. Za ich sprawą Poznań odwiedzają rocznie setki turystów z całej Polski i świata.

8. Znaczenie turystyki kongresowej w Poznaniu

Na tle kraju Poznań jest znaczącym ośrodkiem kultury oraz ośrodkiem turystyki kongresowej. Posiada operę, teatr muzyczny, teatr lalkowy, trzy teatry dramatyczne, filharmonię, Polski Teatr Tańca, rozgłośnie radiowe, ośrodek telewizyjny, dwadzieścia jeden muzeów, stałe salony wystawowe sztuk plastycznych i fotografii. Corocznie odbywają się tu: Festiwal Muzyki Współczesnej, Festiwal Teatralny Malta, Międzynarodowy Konkurs Skrzypcowy im. Henryka Wieniawskiego. W czerwcu na Starym Rynku odbywa się Jarmark Świętojański, impreza handlo-

wo-kulturalna nawiązująca do średniowiecznych tradycji handlowych miasta. Co roku Poznań odwiedzają setki przyjezdnych z całego świata, na co zapewne duży wpływ mają też liczne wystawy na Międzynarodowych Targach Poznańskich.

Analizując walory turystyczne Poznania oraz infrastrukturę turystyczną na tym obszarze, można dojść do wniosku, że Poznań to nie tylko miasto kultury, ale również kwitnące centrum turystyki kongresowej. Liczne wystawy w tym mieście, kongresy, spotkania biznesowe oraz towarzyszące im podróże i wyjazdy to najważniejsze aspekty tego rodzaju turystyki. Do imprez odbywających się w mieście można zaliczyć około 80 wystaw targowych rocznie, liczne festiwale, wystawy, konkursy, ważne cykliczne imprezy, takie jak World Press Foto czy międzynarodowe festiwale: muzyczne, teatralne czy filmowe.

Kwitnące życie kulturalne i kongresowo-biznesowe Poznania wymaga realizacji wielu zadań przez władze miasta. Władze administracyjne różnych szczebli muszą starać się o dynamiczny rozwój poznańskiej infrastruktury i budowanie przyjaznego klimatu dla spotkań biznesowych. Istnieje kilka ważnych sektorów, na których rozwój wpływa turystyka kongresowa, m.in. baza konferencyjna, dostęp do sal obrad, tworzenie ośrodków kongresowych, szkoleniowych czy centrów turystyki biznesowej. Niezmiernie ważny jest także rozwój bazy noclegowej, powstawanie nowych ośrodków noclegowych o wysokim poziomie usług. Rozwija się sieć komunikacyjna miasta, np. tramwaj szybkiego ruchu „Pestka”, pozwalający na ekspresowe przemieszczanie się z obrzeży miasta do centrum. Port lotniczy Ławica przystosowany jest do standardów międzynarodowych i zdolny do przyjmowania gości z całego świata. Sieć dróg miasta poddawana jest modernizacjom, powstają liczne ścieżki rowerowe, aby mieszkańcom i turystom zapewnić dobry i łatwy dojazd do ważnych dla nich miejsc.

Jak jest to ważne, można było przekonać się podczas Konferencji klimatycznej w Poznaniu. Przygotowanie miasta do jej zorganizowania i przyjęcia tak wielu uczestników zostało uznane za sukces. Oznacza to, że Poznań jest gotowy na masowy ruch turystyki kongresowej. Kolejnym ważnym wydarzeniem były Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej Euro 2012. W ramach przygotowań do nich zmodernizowano stadion piłkarski, zbudowano nowe hotele, usprawniono komunikację miejską i drogową, stworzono więcej placówek gastronomicznych i usługowych.

Turystyka kongresowa tworzy wizerunek miasta na arenie międzynarodowej. Oprócz jej rozwoju Poznań buduje również wizerunek miasta o stabilnym wzroście gospodarczym i zintegrowanego społeczeństwa. Wraz z rozwojem infrastruktury tworzą się nowe miejsca pracy. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego stopa bezrobocia w Poznaniu i w Wielkopolsce od kilku lat należy do najniższych w kraju. Należy dodać, że i w turystyce kongresowej powstają kolejne stałe miejsca pracy, a infrastruktura cały czas się powiększa. Rozwój miasta pod wpływem turystyki biznesowej poprawia zatem jego kondycję gospodarczą. Poznań uzyskał pozycję silnego i stabilnego gospodarczo miasta.

9. Turystyka kongresowa i biznesowa w Polsce

Turystyka biznesowa jest najbardziej interesującym i obiecującym segmentem rynku turystycznego w Polsce. Stanowi źródło znaczącej części wpływów z turystyki. Światowa Organizacja Turystyki Narodów Zjednoczonych (UNWTO) prognozuje, że w najbliższych latach do 2020 r. w turystyce międzynarodowej szczególną rolę będzie odgrywać właśnie turystyka kongresowa.

Według szacunków International Congress and Convention Association (ICCA), biorąc pod uwagę imprezy międzynarodowe i cykliczne, w naszym kraju w 2011 r. zorganizowano około 165 kongresów. W tyle pozostali konkurenci z regionu: dopiero na 30. miejscu znalazły się Węgry, na 31. Czechy, a na 40. miejscu Rosja. Stolica Polski Warszawa w zestawieniu miast, w których najczęściej organizowane są spotkania biznesmenów, zajmuje 28. pozycję. Dzięki organizacji 65 imprez w 2011 r. Warszawa wyprzedziła m.in. Genewę i Zurych. Również w zestawieniu zawartym w raporcie organizacji Union of International Associations Polska zajęła w świecie wysokie, 23. miejsce z wynikiem 114 spotkań. Raport ten uwzględnia kongresy trwające co najmniej 2-3 dni, w których wzięło udział co najmniej 250 osób o pięciu różnych narodowościach, a 40% gości nie pochodziło z kraju organizatora.

W 2012 r. zorganizowano w naszym kraju ponad 22 tys. spotkań i wydarzeń z dziedziny gospodarki, kultury i polityki, w których wzięło udział prawie 4 mln osób (3,99 mln), jak podaje raport „Przemysł spotkań w Polsce – Poland Meetings & Events Industry Report 2013”⁴.

Również branżowy portal www.kongres-magazine.eu – jedna z czołowych platform wymiany informacji w międzynarodowej branży spotkań – podaje, że polskie miasta zostały sklasyfikowane na prestiżowej liście 10 najbardziej atrakcyjnych lokalizacji konferencyjnych w Europie w 2013 r.

Do najbardziej znanych spotkań biznesowych organizowanych w Polsce należy Forum Ekonomiczne w Krynicy, które odbywa się od 1991 r. każdego roku na początku września. Forum to największa konferencja gospodarcza w Europie Środkowej. Na ostatnią przybyło ponad 3 tys. gości z Europy, Azji, USA i Rosji, w tym 500 dziennikarzy reprezentujących 150 redakcji.

Przytoczone fakty pozwalają stwierdzić, że Polska jest krajem o rozwiniętej turystyce kongresowej i biznesowej. Dotyczy to zarówno analizowanego zakresu krajowego, jak i międzynarodowego. Jednak konkurencja stanowi pewne zagrożenie, dlatego należy wykorzystywać istniejące szanse na dalszy rozwój turystyki biznesowej i kongresowej.

⁴ http://storage.pot.potsite.pl/data/PDF/PCB_Raport2013/ [23.05.2013].

Polska zyskuje też popularność jako organizator konferencji biznesowych. Wpływ na to ma lokalizacja naszego kraju w centrum Europy oraz powiększająca się nowoczesna baza noclegowa i modernizująca się infrastruktura transportowa. Polskę dodatkowo wypromowały kampanie towarzyszące przewodnictwu Polski w Radzie Unii Europejskiej oraz Mistrzostwom Europy w Piłce Nożnej Euro 2012.

Organizacja kongresów, spotkań biznesowych, targów, szkoleń, kursów, imprez firmowych, promocyjnych i turystycznych to również korzyść finansowa dla lokalnej gospodarki. Instytut Turystyki szacuje, że zagraniczny turysta biznesowy zostawia w naszym kraju około cztery razy więcej pieniędzy niż zwykły turysta, co dodatkowo podkreśla znaczenie turystyki biznesowej i kongresowej. W najbliższych latach podróże biznesowe będą motorem napędzającym cały sektor turystyczny. Polska zyskuje bowiem popularność wśród organizatorów spotkań biznesowych.

10. Podsumowanie

Poznań jest miastem turystyki kongresowej i biznesowej. Posiada tradycje i odpowiednie doświadczenie oraz rozwiniętą bazę pozwalającą na organizowanie w mieście prestiżowych imprez. Baza turystyczna turystyki kongresowej w Poznaniu jest przystosowana do przyjmowania gości polskich oraz zagranicznych. Świadczy o tym duża liczba hoteli skategoryzowanych, hoteli nieskategoryzowanych i pozostałej bazy noclegowej dla przyjezdnych. Poznań musi jednak rozwinąć jeszcze swoją bazę hotelarską. Brakuje przede wszystkim hoteli luksusowych i pięciogwiazdkowych, choć sytuacja uległa poprawie w czasie organizacji mistrzostw Euro 2012.

Poznań posiada największe centrum kongresowe w Polsce (Centrum Kongresowe Targi, Międzynarodowe Targi Poznańskie, które dysponują ogromną powierzchnią wystawową i profesjonalnym centrum kongresowym). Dodatkowo ma do dyspozycji inne centra kongresowe zlokalizowane na uczelniach, a także w prawie każdym skategoryzowanym znaczącym hotelu. Poznań posiada odpowiednią infrastrukturę turystyczną, aby być dobrym gospodarzem konferencji europejskich i światowych, takich jak Międzynarodowa Konferencja Klimatyczna czy około 80 wydarzeń odbywających się na samych Targach Poznańskich.

Aby zwiększyć potencjał Poznania dla turystyki kongresowej, należy dbać o utrzymanie na odpowiednim poziomie bazy turystycznej turystyki kongresowej, czynić miasto atrakcyjnym, inwestować w nowe obiekty konferencyjno-szkoleniowe z zapleczem hotelarsko-gastronomicznym, szkolić fachowców do obsługi organizowanych imprez. Działania te są niezbędne, ponieważ chętnych miast na przejęcie organizacji wielu prestiżowych imprez w Polsce nie brakuje.

Aby być konkurencyjnym i utrzymać się na pozycji lidera w organizowaniu ważnych krajowych i międzynarodowych spotkań, trzeba obrać ścieżkę rozwoju. Zagrożeniem może być przekonanie, że jest się już ważnym centrum turystyki kongresowej i biznesowej, co może doprowadzić do zaniechania starań o intensywny rozwój tej dziedziny gospodarczej miasta.

Rozwój ten wymaga zorganizowanej krajowej i zagranicznej promocji kongresów i konferencji oraz wypracowania spójnego i całościowego obrazu Poznania jako miasta konferencyjnego, otwartego i przyjaznego dla odwiedzających je gości oraz oferującego profesjonalne usługi.

Konieczne jest prowadzenie przez władze miasta polityki wspierającej aktywność instytucji zaangażowanych w pozyskiwanie i organizację spotkań, kongresów i konferencji w Poznaniu. Władze te powinny prowadzić bieżącą współpracę z organizatorami konferencji i kongresów oraz zapewnić wsparcie organizacyjne i informacyjne. Dostępne powinny być informacje dotyczące zlokalizowanych w Poznaniu sal i centrów konferencyjnych, bazy noclegowej i gastronomicznej, a także oferty kulturalno-turystycznej, rekreacyjnej oraz sieci komunikacyjnej. Ważne jest inicjowanie i wspieranie wszystkich działań zmierzających do uznania Poznania za główne centrum turystyki biznesowej i konferencyjnej w Polsce. Plany rozwoju miasta powinny uwzględniać powstawanie nowych wielofunkcyjnych przestrzeni publicznych zapewniających obsługę konferencji i kongresów oraz podniesienie atrakcyjności oferty turystycznej, kulturalnej i rekreacyjnej adresowanej do turystów biznesowych. Aby to uzyskać, należy dążyć do zacieśnienia współpracy administracji państwowej i samorządów, ponieważ sama branża turystyczna nie zdoła udźwignąć ciężaru przygotowania miast Polski do funkcji miast kongresowo-biznesowych.

Literatura

- Alkjear E., Eriksen J. (1969), Lokalizacja i skutki gospodarcze kongresów międzynarodowych, *Ruch Turystyczny – Monografie*, nr 7.
- Biuletyn informacyjny (1929), *Powszechna Wystawa Krajowa*, Poznań: Drukarnia Św. Wojciecha.
- <http://jazzevent.pl/blog/2011/10/turystyka-biznesowa-i-zaplecze-konferencyjne-w-poznaniu/> [23.05.2013].
- Kasińska D., Soroka G., Woźna E. (2003), *Poznań – przewodnik po zabytkach historii*, Poznań: Wyd. Miejskie.
- Łazarek M., Łazarek R. (2002), *Gospodarka turystyczna. Wybrane zagadnienia*, Warszawa: Wyższa Szkoła Ekonomiczna.
- Przemysł spotkań w Polsce – Poland Meetings & Events Industry Report 2013, http://storage.pot.potsite.pl/data/PDF/PCB_Raport2013/ [23.05.2013].
- Szwichtenberg A. (2000), *Podstawy turystyki*, Koszalin: Politechnika Koszalińska.

Topolski J., Trzeciakowski L. (1998), *Dzieje Poznania*, Warszawa – Poznań: Polskie Wydawnictwo Naukowe.
www.polskainfo.pl [23.05.2013].
Zakrzewski Z. (1985), *Ulicami mojego Poznania*, Poznań: Zysk i S-ka.

Poznan – a City of Congress and Business Tourism

Abstract. Poznan, as one of the most important cities in Poland, is also one of the main congress centers in the country and an important center of congress tourism in Europe and World. It is worth noting its participation in national and global markets, as well as, its leading position as a center of business and congress. This article illustrates both the tourist and business attractions of this wonderful city. The aim is to highlight the well-equipped, sophisticated, and appropriate infrastructure of the city and its gained experiences that allow to for the name of Poznan to be associated with being an important city of business and congress. An important role is played by the following: the location of the city, its tourist attractions, science centers, urban and surrounding convention and training centers, and its accommodation for business guests. Poznan is an important scientific center with significant organizational tradition since PeWuKa and is predisposed for events of this type. It also includes the Poznan International Fair as the most important center of fairs and congress in Poland, their history, conference facilities, and area of operation. The scope of work is based on the demonstration that Poznan is a friendly place for professionally organized meetings of different groups of people: scientists, entrepreneurs, politicians, sportsmen, environmentalists, artists, and professionals of different industries etc.

Keywords: congress tourism, tourism center, business and conference centers, support center, facilities, services, entertainment, culture, conferences, leisure, Poznan International Fair (MTP), guests, infrastructure