

# CZY PRZEMYSŁ SPOTKAŃ TO ONA?



„A mój spokój ma kształt Twoich ramion i brzmi jak Twój głos” – skomentował właściciel firmy do głównej organizatorki, a w „naszym języku” event plannerki. Ona jedynie na chwilę wyciszyła radio do komunikacji z ekipą techniczną odpowiadając: „Będzie dobrze, wiem, że to ważne, możesz na mnie liczyć”. Pobiegła dalej. Czy to prawdziwa historia? Sprawdźmy! Fakt jest jeden – znali się ponad 10 lat, tj. długo.

Spotkania i wydarzenia „twarzą w twarz” odgrywają integralną rolę w umacnianiu naszej gospodarki narodowej i kluczowych sektorów biznesowych – wynika z raportu Oxford Economics, zleconego przez Events Industry Council i wspieranego przez Meetings Mean Business Coalition oraz innych partnerów branżowych. Dane do raportu zostały zebrane w ramach ogólnokrajowego badania planistów spotkań, wystawców i przedstawicieli obiektów. Łącznie udało się w ten sposób przeanalizować prawie 9 tys. krajowych podróży biznesowych, prawie 50 tys. międzynarodowych podróży lotniczych i wyniki pochodzące z 11 tys. hoteli w Stanach Zjednoczonych. Wnioski są optymistyczne – okazało się, że bezpośrednio spotkania przynoszą gospodarce narodowej setki miliardów dolarów, mają też wpływ na powstanie ok. 5,9 mln miejsc pracy! Podobnych raportów wykonano ponad dziesięć na całym świecie. Służą one jako koło zamachowe do rozwoju branży spotkań w różnych państwach (m.in.

w Wielkiej Brytanii, Kanadzie, Danii czy w Polsce).

## NOWE ROZDANIE

Branża spotkań nie tylko rośnie w siłę, ale również zmienia swoją strukturę. Przez dziesięciolecie mówiło się o tym, że różnego rodzaju rynki, w tym także MICE, dyskryminują kobiety. W latach 70. ubiegłego wieku kobiety twierdziły, że odpowiadają jedynie za 65 proc. tego, co robią mężczyźni. Dzisiaj ta liczba wynosi już ponad 80 proc. Obserwujemy zatem, że dysproporcje pomiędzy płciami, niezależnie od przyczyn, systematycznie się zmniejszają. Targi IMEX, czyli jedna z kluczowych platform wymiany myśli w branży spotkań, w maju tego roku zaprosiły na spotkanie, w trakcie którego jednym z głównych tematów, jakie zostały poruszone były właśnie te związane z siłą kobiet. Program merytoryczny rozpoczął się od „upodmiotowienia” kobiet, czyli analizy tego, czego im brakuje – aby wzmocnić ich pozycję i rolę. Chodzi m.in. o pogodzenie kariery

i życia rodzinnego, budowanie osobistej marki czy zapobieganie przypadkom molestowania seksualnego. Takie szerokie spektrum tematów czekało nie tylko na kobiety związane z branżą spotkań, ale również na mężczyzn, którzy chcieli usłyszeć o nowych problemach, wyzwaniach czy po prostu codzienności, jaka spotyka płęć piękną. Szacowana liczba kobiet pracujących w przemyśle spotkań to ok. 65 proc., biorąc pod uwagę rynek w ujęciu globalnym. Pew Research Center opublikowało niedawno raport ilustrujący, że różnica w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn znacznie zmniejszyła się od lat 80. XX wieku – w 2015 r. kobiety zarabiały 83 proc. tego, co zarabiają mężczyźni. Artykuł opublikowany przez think tank The Foundation for Economic Education, w dalszym ciągu krytycznie przygląda się jednak różnicy w wynagrodzeniach obu płci. Warto zauważyć, że w niektórych branżach, takich jak branża spotkań, kobiety stanowią większość siły roboczej. Temat równości i awansu zawodowego jest więc w takim przypadku szczególnie pilny.

## PUNKTY ZACZEPIENIA

Siła kobiet na globalnym rynku spotkań zdecydowanie rośnie. Kluczowa jest natomiast dyskusja o potrzebach rozwoju kobiet w ramach poszczególnych organizacji – niezależnie od tego czy pracują w dużej globalnej korporacji, czy w małej firmie, dopiero rozpoczynającej swoją działalność. Każdy taki podmiot ma moc budowania świadomości i tworzenia silnego etosu pracy w branży spotkań, która jawi się jako atrakcyjna, dobra zarobkowo i stawiająca na ekspertów, bez względu na ich płeć. Ważna jest też współpraca z odpowiednimi osobami, takimi jak mentorzy, szefowie czy zarząd danej organizacji. Od nich zależy przecież najwięcej i to na nich powinniśmy móc polegać. Jedną z nielicznych metod budowania odpowiedzi na postawione przez mnie pytanie „czy przemysł spotkań to ona?” jest szukanie studiów przypadku, jako pewnego rodzaju wyznaczników sukcesu. Należy znaleźć organizacje i osoby, które aktywnie tworzyły i rozwijały programy wpływające na zmianę statusu kobiet. Warto dowiedzieć się, jakie inicjatywy się sprawdziły, a następnie dostosować je do potrzeb, kultury i celów danej organizacji. Finałnie, pracując w branży spotkań, warto uczyć się z doświadczeń innych ludzi, aby tworzyć nowe i skuteczne rozwiązania.

## LICZĄ SIĘ RELACJE

Pracując, szczególnie z młodymi liderami, wielokrotnie stawiamy sobie pytanie, jak zbudować pierwsze portfolio partnerów czy klientów. Odpowiedź jest nad wyraz prosta. Jednymi z najlepszych zwolenników kobiet są przecież... mężczyźni. Początkujące liderki powinny zatem użyć intuicji i własnej sieci (w ramach swojej organizacji, jak i poza nią), aby połączyć zarówno mężczyzn, jak i kobiety, którzy reprezentują różne funkcje i poziomy. Istotne znaczenie ma dzielenie się doświadczeniami, wyzwaniem i potrzebami związanymi z rozwojem zawodowym kobiet i mężczyzn w otwartym środowisku, w którym istnieje wzajemny szacunek i chęć zmiany status quo. Wzajemność i współpraca

zostały zresztą bardzo dobrze opisane w dokumencie „Bangkok Manifesto” wydanym przez Site (Society for Incentive Travel Excellence – przyp. red.) po konferencji tej organizacji, jaka odbywała się w styczniu br. w Tajlandii. Znajdziemy w nim stwierdzenie, że relacje i praca zespołowa budują wyniki biznesowe znacznie skuteczniej niż pojedyncze, indywidualne działania. Nic nie tworzy i nie wzmacnia relacji skuteczniej niż wspólne doświadczenia związane z podróżami motywacyjnymi, czytamy dalej. Poprzez zwrócenie uwagi na rolę podróży motywacyjnych, czyli *de facto* podstawę istnienia systemów motywacyjnych w dzisiejszych czasach Site subtelnie zaznacza jednak również rolę kobiet. Podobne publikacje zostały wydane w ramach innych stowarzyszeń branżowych, w tym m.in. MPI czy ICCA.

## MOŻLIWOŚCI DLA KAŻDEGO

Zarządzanie wydarzeniami to fantastyczna droga kariery zawodowej, zarówno dla mężczyzn, jak i dla kobiet. Jest fajna, szybka, zapewnia doskonałe możliwości rozwoju. Podczas gdy większość menedżerów wydarzeń to kobiety, zgodnie z ostatnim badaniem przeprowadzonym przez PCMA średnie wynagrodzenie dla kobiet w przemyśle spotkań jest ok. 24 proc. niższe od tego, na jakie mogą liczyć mężczyźni. W jaki sposób kobiety znajdują zatem sposoby na wyróżnienie się i po-

budzenie swojej kariery w tak konkurencyjnej i rozwijającej się branży? Oczywiście to jedno z pierwszych pytań, które nasuwa się w przypadku analizy czy rzeczywiście przemysł spotkań jest kobietą. Jeżeli chodzi o odpowiedź, każdy z nas ma inne cele i definicje sukcesu. Na pewno ważne jest posiadanie odpowiedniej wiedzy i pewności siebie, aby stworzyć własną ścieżkę do wyznaczonych celów. Po drodze mogą pojawić się trudności i wyzwania, ale dzięki pasji dla branży można je przezwyciężyć. Nieważne czy utożsamiasz się bardziej z kobietami czy z mężczyznami przemysł spotkań może być dla Ciebie głęboką fantazją i narzędziem do realizowania celów. Czy wygląda on jak delikatna ważka ukazująca swoją kobiecą naturę czy jest męską grą o wpływy przy pozyskiwaniu kolejnego dużego wydarzenia, nadal jest piękny. Inspiruje, daje możliwości rozwoju oraz spełnia marzenia. Przemysł spotkań to „ona” z nie do końca odkrytymi tajemnicami, zakamarkami wpływów i przepływami zależności. Jednak to właśnie w tej branży jest piękne. Pozwala realizować siebie, poprzez pomaganie innym. Tak, odbywa się to w stresie, nierzadko pod wpływem różnic kulturowych, obyczajów czy powiązań, ale taki właśnie jest XXI wiek. Mimo wszystko przemysł spotkań potrafi być jak spokój ukształtowany z najważniejszych ramion i brzmieć jak ten jedyny głos...

■ Krzysztof Celuch



CELUCH  
CONSULTING

## O AUTORZE

**DR KRZYSZTOF CELUCH** – Mówca, trener, konsultant biznesowy, wykładowca akademicki i przedsiębiorca. W 2018 r. założył firmę Celuch Consulting pomagającą organizacjom, instytucjom i przedsiębiorstwom w obszarach zarządzania, komunikacji i motywacji, rozwoju biznesu, w szczególności w odniesieniu do przemysłu spotkań (event marketingu). Jest także pełnomocnikiem rektora ds. współpracy z biznesem w Szkole Głównej Turystyki i Hotelarstwa Vistula, organizatorem studenckiej konferencji IMEX-MPI-MCI Future Leaders Forum Warsaw oraz wykładowcą studium Event Management SBE na Uniwersytecie Warszawskim. W latach 2009-2017 był kierownikiem Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej oraz autorem raportów „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce” i Poland Meetings Impact (2008-2018). Od 2012 do 2015 r. sprawował funkcję profesora wizytującego i kierownika projektów badawczych w San Diego State University. Jako jedyny Polak jest akredytowanym trenerem MPI Global Training, w 2009 r. zdobył tytuł Certificate of Incentive and Travel Executive (CITE), w 2010 Certificate Meetings Management (CMM), a w 2013 Certificate Incentive Specialist (CIS). Założył i pierwszy prezes MPI Poland.