



# TWÓJ EVENT, TWÓJ ŚLAD, TWOJA ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Kompendium zrównoważonych konferencji  
i trwałego wpływu wydarzeń

Współczesna konferencja nie jest oceniana wyłącznie przez frekwencję i jakość programu. O jej klasie coraz częściej przesądza to, jaki ślad pozostawia po zakończeniu wydarzenia: dla uczestników, partnerów, miasta-gospodarza i otoczenia społecznego.



Niniejsze opracowanie porządkuje praktyki projektowania wydarzeń i łączy wysoką jakość operacyjną z odpowiedzialnością środowiskową, społeczną i organizacyjną.

Publikacja została pomyślana jako *przewodnik w pracy event managera*. Oprócz zawartości merytorycznej zawiera wskazówki wdrożeniowe, które ułatwiają dokumentowanie rezultatów i przenoszenie wiedzy do kolejnych edycji.

## Spis treści

1. Zrównoważoność jako nowoczesny standard oceny wydarzeń	3
2. Strategia i roadmapa wdrożenia	4
3. Projektowanie zrównoważonego wydarzenia	5
4. Zarządzanie wpływem środowiskowym i społecznym	7
5. Technologie wspierające zrównoważony aspekt konferencji	8
6. Pomiar efektów i raportowanie	9
7. Checklista organizatora	10
8. Wzorcowy raport	11
9. Podsumowanie	12

# Zrównoważoność jako nowoczesny standard oceny wydarzeń



Branża spotkań i wydarzeń biznesowych weszła w etap, w którym odpowiedzialność nie jest już dodatkiem komunikacyjnym, lecz częścią profesjonalnego zarządzania projektem. Zamawiający oczekują przejrzystości, partnerzy chcą widzieć realną wartość współpracy, a uczestnicy coraz uważniej oceniają zarówno jakość doświadczenia, jak i konsekwencje środowiskowe oraz społeczne wydarzenia.

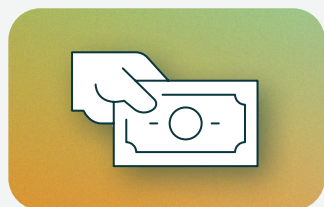
W tym kontekście legacy należy rozumieć jako trwały rezultat konferencji – efekt, który wykracza poza harmonogram sesji, dzień realizacji i bezpośredni bilans finansowy. Może on mieć charakter edukacyjny, relacyjny, organizacyjny, ekonomiczny lub środowiskowy. Kluczowe jest jednak to, że nie powstaje przypadkiem. Legacy jest rezultatem decyzji projektowych, a nie szczęśliwego zbiegu okoliczności.

Organizatorzy, którzy łączą sprawność operacyjną z myśleniem strategicznym, planują dziś wydarzenie w dwóch perspektywach jednocześnie: krótkoterminowej, odpowiadającej za sprawną realizację, oraz długoterminowej, która odpowiada za sens i użyteczność wydarzenia po jego zakończeniu. Takie podejście zmienia sposób myślenia o programie, partnerstwach, logistyce, komunikacji i pomiarze rezultatów.



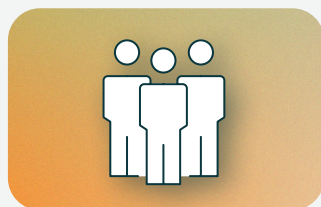
Jeżeli każde wydarzenie pozostawia ślad, rolą organizatora jest świadome zaprojektowanie takiego wpływu, który będzie korzystny, mierzalny i możliwy do utrzymania.

## Cztery filary wpływu Twojego wydarzenia



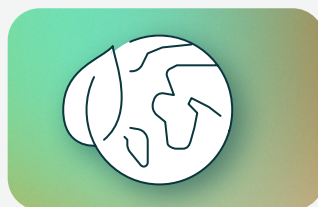
### Ekonomiczny

Wpływ na lokalny łańcuch dostaw, wydatki uczestników, racjonalne gospodarowanie budżetem, wykorzystanie lokalnych kompetencji.



### Społeczny

Równość dostępu, włączanie różnych grup odbiorców, partnerstwa z otoczeniem społecznym, działania edukacyjne i zaangażowanie wolontariuszy.



### Środowiskowy

Redukcja emisji, ograniczenie odpadów, świadoma mobilność, efektywność materiałowa i energetyczna.



### Organizacyjny

Utrwalenie wiedzy zespołu, standardy pracy, lepsze briefy, lepsze dane, większa powtarzalność dobrych praktyk.

# Strategia i roadmapa wdrożenia

# 2

W projektach o wysokiej złożoności sama deklaracja ambicji nie wystarcza. Potrzebny jest plan, który porządkuje decyzje i przekłada wartości na operację. Dobra roadmapa nie jest rozbudowanym harmonogramem do odłożenia na półkę, lecz narzędziem zarządczym, które pomaga zespołowi ustalić priorytety, przypisać odpowiedzialność i utrzymać spójność działań w całym cyklu życia wydarzenia.

Punktem wyjścia powinna być diagnoza: *jakie są cele właściciela projektu, oczekiwania interesariuszy, ograniczenia budżetowe, poziom dojrzałości dostawców i realne możliwości venue*. Dopiero na tej podstawie można rozstrzygnąć, które obszary przyniosą największy efekt i są warte inwestycji organizacyjnej.



## WSKAZÓWKA WDROŻENIOWA

Wydarzenie nie musi realizować wszystkich celów jednocześnie. Skoncentruj się na kilku kluczowych obszarach i rzetelnie je dopracuj, nadając im w ten sposób największy priorytet.

Etap	Główne działanie	Rezultat
<b>1 Diagnoza</b>	Analiza celów, ograniczeń i oczekiwań interesariuszy.	Zakres projektu oraz lista priorytetów.
<b>2 Priorytety</b>	Wybór obszarów o największym znaczeniu dla wydarzenia.	Krótką listą celów o wysokim wpływie.
<b>3 Projekt</b>	Wpisanie celów w program, briefy, logistykę i komunikację.	Spójny model realizacji.
<b>4 Wdrożenie</b>	Realizacja z przypisaniem właścicieli i punktów kontrolnych.	Decyzje, które można monitorować.
<b>5 Pomiar</b>	Zbieranie danych przed wydarzeniem, onsite i po wydarzeniu.	Podstawa do raportu i wniosków.
<b>6 Zrównoważony wymiar konferencji</b>	Utrwalenie efektów, publikacja materiałów, rekomendacje na kolejne edycje.	Trwała wartość i organizacyjna pamięć projektu.

# Projektowanie zrównoważonego wydarzenia

# 3

Wiodące konferencje projektuje się w oparciu o zasadę *Sustainability by Design*, uwzględniając wpływ społeczny i ekologiczny już na etapie koncepcji. Zrównoważony wymiar eventu nie stanowi dodatku, lecz fundament decydujący o ostatecznym kształcie wydarzenia – od wyboru formatu i obiektu, po ścieżkę uczestnika oraz model komunikacji.

CEL	
<b>PYTANIE ZARZĄDCZE</b>	Jaką wartość ma przynieść wydarzenie poza samą realizacją?
<b>REZULTAT</b>	Manifest konferencji oraz definicja oczekiwanego legacy.

OBSZAR	
<b>PYTANIE ZARZĄDCZE</b>	W których punktach można osiągnąć największy efekt?
<b>REZULTAT</b>	Mapa priorytetów dla programu, mobilności, dostępności i dostaw.

ZESPÓŁ	
<b>PYTANIE ZARZĄDCZE</b>	Kto odpowiada za wdrożenie i dane?
<b>REZULTAT</b>	Jasne role, właściciele decyzji i punktów kontrolnych.

EWALUACJA	
<b>PYTANIE ZARZĄDCZE</b>	Jak dowiemy się, że cele zostały osiągnięte?
<b>REZULTAT</b>	Zestaw wskaźników i źródeł danych.

## Wybór obiektu

*Obiekt to jeden z kluczowych czynników determinujących jakość wydarzenia.* To tutaj w praktyce weryfikuje się, czy cele organizatora mają wsparcie w infrastrukturze: od dostępności architektonicznej i skomunikowania obiektu po systemy zarządzania energią, wodą, odpadami i bezpieczeństwem. Dobrze wybrany obiekt redukuje ryzyko operacyjne i zwiększa wiarygodność całej strategii.



### WSKAZÓWKA WDROŻENIOWA

W zapytaniach ofertowych do venue uwzględniaj kryteria techniczne i operacyjne: dostępność, transport publiczny, rozwiązania energooszczędne, gospodarkę odpadami, możliwość raportowania danych oraz gotowość zespołu obiektu do pracy w standardzie zrównoważonego wydarzenia.

# Projektowanie zrównoważonego wydarzenia

# 3

## Partnerzy i dostawcy

Łańcuch dostaw buduje reputację konferencji równie silnie jak program merytoryczny. W praktyce oznacza to, że selekcja dostawców powinna premiować nie tylko cenę i terminowość, ale także przejrzystość działania, zgodność z prawem, standardy pracy, gotowość do raportowania oraz zdolność do realizacji uzgodnionych klauzul środowiskowych i społecznych.

Certyfikaty i rekomendacje branżowe są użytecznym punktem odniesienia, ale nie powinny zastępować briefu. Tam, gdzie formalnych poświadczeń brak, organizator powinien jasno opisać własne wymagania: ograniczenie materiałów jednorazowych, zasady przekazywania nadwyżek, warunki pracy, politykę dostępności czy obowiązek dostarczenia danych do raportu.

## Różnorodność, dostępność i jakość uczestnictwa

Dostępność i inkluzywność projektujemy jako trwały element programu. Obejmuje architekturę, narzędzia cyfrowe, sposób komunikacji, tempo pracy, układ przestrzeni, język materiałów i rozwiązania wspierające osoby z różnymi potrzebami poznawczymi, sensorycznymi, ruchowymi i finansowymi.



### DOBRA PRAKTYKA

Stwórz listę zaufanych dostawców, którzy rozumieją wymagania ESG i potrafią działać w modelu partnerskim. W dłuższej perspektywie to jedna z najcenniejszych przewag operacyjnych organizatora.



### WSKAZÓWKA WDROŻENIOWA

Już na etapie budżetu zaplanuj pozycje, które realnie zwiększają inkluzywność: napisy, tłumaczenie, strefę wyciszenia, asystę dla osób z niepełnosprawnościami, dostępne rozwiązania i standard pracy zespołu przeszkolonego w obszarze równości i włączania.



# Zarządzanie wpływem środowiskowym i społecznym

# 4

## Mobilność uczestników

Największa część śladu środowiskowego konferencji często powstaje poza salą obrad — w podróży uczestników. Organizator rzadko kontroluje ostateczny wybór środka transportu, ale może silnie wpływać na decyzje przez sposób projektowania informacji, zachęt i pakietów udziału. To obszar, w którym liczy się konsekwencja: rekomendacje dojazdu, czytelne mapy połączeń, integracja z transportem publicznym oraz premiowanie bardziej odpowiedzialnych wyborów.



### WSKAZÓWKA WDROŻENIOWA

Na stronie wydarzenia lub w aplikacji umieść rekomendowane scenariusze dojazdu oraz prosty kalkulator emisji. Warto połączyć go z grywalizacją lub systemem wyróżnień, które wzmacniają pozytywne zachowania bez moralizowania.

## Gospodarka obiegu zamkniętego

W dobrze zaprojektowanym wydarzeniu materiały nie są jednorazowym kosztem, lecz elementem obiegu. Dotyczy to zabudowy, scenografii, oznakowania, opakowań, nośników drukowanych, identyfikatorów, mebli i wyposażenia stoisk. Im wcześniej zasady obiegu zamkniętego zostaną wpisane do briefu i zamówień, tym większa szansa na realne ograniczenie odpadów oraz kosztów ukrytych.



### WSKAZÓWKA WDROŻENIOWA

Wprowadź zasadę projektowania pod ponowne użycie. Preferuj rozwiązania modułowe, materiały wielorazowe, odzysk elementów scenografii, rezygnację z gadżetów bez funkcji oraz procedurę przekazania nadwyżek żywności i materiałów partnerom społecznym.



## Lokalny wymiar legacy

Trwały wpływ konferencji najpełniej widać wtedy, gdy spotkanie pozostaje w relacji z miejscem, w którym się odbywa. Lokalni dostawcy, artyści, rzemieślnicy, instytucje edukacyjne, organizacje społeczne i partnerzy samorządowi nie są jedynie dodatkiem do programu. To współtwórcy doświadczenia, którzy mogą wzmacniać autentyczność wydarzenia i budować jego użyteczność po zakończeniu edycji.

Dobłą praktyką jest przeznaczanie części przychodu lub wartości sponsoringu na lokalny projekt rozwojowy, szczególnie wtedy, gdy pozostaje on w związku z tematyką konferencji. W takim modelu wydarzenie nie tylko mówi o wpływie, ale faktycznie go uruchamia.

# Technologie wspierające zrównoważony aspekt konferencji

# 5

## Formaty hybrydowe i cyfrowe

Format hybrydowy spotkania lub cyfrowy dostęp do wiedzy nie jest automatycznie rozwiązaniem bardziej odpowiedzialnym, ale może znacząco zwiększyć zasięg i trwałość treści. O jego wartości decyduje skala cyfrowej dostępności. Jeżeli uczestnik zdalny ma jedynie biernie obserwować wydarzenie, potencjał formatu pozostaje niewykorzystany. Jeżeli jednak otrzymuje pełną ścieżkę udziału, dostęp do materiałów i możliwość kontynuowania nauki po wydarzeniu, *format cyfrowy staje się narzędziem realnego legacy*.



### WSKAZÓWKA WDROŻENIOWA

Uruchamiaj komunikację społecznościową z wyprzedzeniem. Kilka tygodni przed wydarzeniem aktywuj aplikację, pytania do prelegentów, matchmaking i treści przygotowujące uczestników do rozmów. Po konferencji wykorzystaj narzędzie do follow-upu i ewaluacji.

## Inteligentne zarządzanie zasobami

Coraz większą rolę odgrywają rozwiązania oparte na danych: sensory zajętości, systemy sterowania HVAC, monitoring zużycia energii, analiza przepływu osób i obciążenia sal. Dla conference managera jest to dostęp do danych, które pozwalają ograniczyć zużycie zasobów i dokumentować decyzje w sposób wiarygodny.



### WSKAZÓWKA WDROŻENIOWA

Projektuj cyfrowe repozytorium wiedzy już przed konferencją. Nagrania, prezentacje, materiały dodatkowe i podsumowania sesji powinny tworzyć uporządkowany zasób, który pracuje na reputację wydarzenia jeszcze długo po zakończeniu programu.

## Narzędzia angażowania uczestników

Aplikacje eventowe, platformy networkingowe, rozwiązania do ankiet, głosowań i moderacji dyskusji są wartościowe wtedy, gdy wspierają logikę wydarzenia. Ich rola nie polega wyłącznie na zwiększeniu interakcji w czasie rzeczywistym, lecz także na *budowaniu społeczności przed wydarzeniem i podtrzymywaniu relacji po jego zakończeniu*.



### WSKAZÓWKA WDROŻENIOWA

Współpracuj z obiektami, które oszczędnie korzystają z wody i energii, stosują automatyczne sterowanie ogrzewaniem, oświetleniem i wentylacją oraz dbają o odpowiedzialne przygotowanie sal, zaplecza i przestrzeni wspólnych. Takie codzienne decyzje operacyjne pokazują, czy miejsce realnie wspiera bardziej odpowiedzialny model wydarzenia.

## Dostępność cyfrowa

Ścieżka uczestnika zaczyna się dziś na długo przed wejściem do venue — na stronie, w formularzu rejestracyjnym, w mailingu, aplikacji, platformie transmisyjnej i materiałach udostępnianych po wydarzeniu. Dostępność cyfrowa *powinna więc obejmować cały ekosystem wydarzenia, a nie wyłącznie wybrane elementy*. Czytelna nawigacja, dostępne dokumenty, napisy, właściwy kontrast, proste komunikaty i zgodność ze standardami dostępności są warunkiem profesjonalnej komunikacji.

## Pomiar efektów i raportowanie

Raportowanie nie powinno być traktowane jako rytuał zamykający projekt. W dojrzałym modelu zarządzania jest ono częścią procesu od pierwszych decyzji projektowych. To właśnie dzięki zaplanowanemu pomiarowi organizator może odpowiedzieć na pytanie, czy wydarzenie rzeczywiście osiągnęło deklarowaną wartość: dla uczestników, partnerów, miasta-gospodarza i własnej organizacji.

Najbardziej użyteczne raporty łączą dane ilościowe z opisem procesu. Same liczby nie pokazują jakości decyzji, a sama narracja nie wystarcza do porównań między edycjami. W praktyce najlepiej sprawdza się prosty model: *cele, działania, wyniki, wnioski i rekomendacje*. Dzięki niemu raport staje się narzędziem zarządczym, funkcjonującym w dłuższej perspektywie czasowej.



### WSKAZÓWKA WDROŻENIOWA

Wyznacz jedną osobę odpowiedzialną za koordynację zrównoważonych aspektów konferencji. Jednoznaczne przypisanie odpowiedzialności za dane, spójność komunikacji i raport końcowy pomaga w osiągnięciu założonych celów.

## Jakie dane zbierać?



Przed wydarzeniem	W trakcie wydarzenia	Po wydarzeniu
Cele, kryteria wyboru, briefy dla dostawców, założenia dostępności i mobilności.	Frekwencja, przebieg operacji, deklaracje od venue i dostawców, obserwacje zespołu, ankiety.	Analiza rezultatów, publikacja materiałów, rozmowy z partnerami, rekomendacje dla kolejnej edycji.

# Checklista organizatora



Poniższa checklista może służyć jako *szybki dokument roboczy dla zespołu organizacyjnego*. Jej siłą jest możliwość szybkiego potwierdzenia, czy kluczowe wątki zostały rozstrzygnięte na odpowiednim etapie projektu.

Obszar	Pytanie kontrolne / kryterium gotowości
 <b>Cel i kontekst</b>	Zdefiniowano cel wydarzenia, interesariuszy, ryzyka i oczekiwany efekt legacy.
 <b>Lokalizacja i infrastruktura</b>	Zweryfikowano dostępność, transport, rozwiązania energetyczne i gotowość venue do raportowania.
 <b>Mobilność</b>	Przygotowano rekomendacje dojazdu i sposób szacowania emisji transportowych.
 <b>Energia i zasoby</b>	Ustalono sposób monitorowania mediów, ograniczania zużycia i redukcji materiałów jednorazowych.
 <b>Catering i odpady</b>	Zaplanowano opcje roślinne, ograniczenie marnowania żywności i system segregacji.
 <b>Dostawcy</b>	W briefach i umowach zapisano kryteria środowiskowe, społeczne i obowiązek dostarczenia danych.
 <b>Dostępność i bezpieczeństwo</b>	Potwierdzono standard dostępności, code of conduct oraz rozwiązania wspierające różne grupy uczestników.
 <b>Legacy i follow-up</b>	Zaplanowano publikację materiałów, utrzymanie partnerstw i działania po wydarzeniu.
 <b>Raport</b>	Ustalono zakres danych, źródła informacji i odpowiedzialność za dokument końcowy.

# Rekomendowany raport

# 8

Raport jest dokumentem, który porządkuje wiedzę o wpływie konferencji i zamienia doświadczenie zespołu w standard pracy. Dobrze przygotowany raport nie próbuje opisać wszystkiego. Skupia się na tym, co rzeczywiście zostało zaprojektowane, wdrożone, zmierzone i jakie z tego wynikają konsekwencje dla kolejnych edycji.

Przykładowy raport, przydatny w dalszej pracy, stanowi osobny załącznik do kompendium.



## ZASADA REDAKCYJNA

Raport powinien być konkretny, porównywalny i operacyjny. Lepiej opisać pięć działań z dowodami niż piętnaście ogólnych deklaracji bez danych.

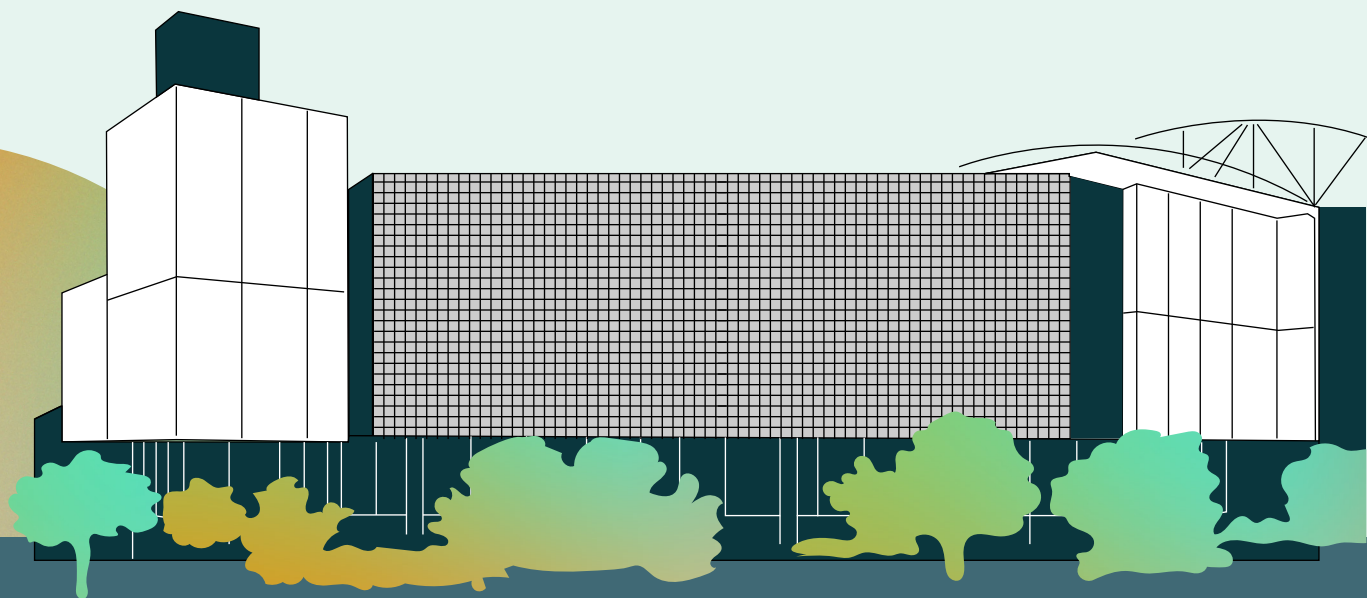
➤ <b>Cel raportu</b>	Dlaczego raport powstaje, komu służy i jaki okres obejmuje.
➤ <b>Profil wydarzenia</b>	Nazwa, data, miejsce, organizator, partnerzy, skala, format i profil uczestników.
➤ <b>Cele</b>	Cele operacyjne, sustainability i legacy, zdefiniowane przed wydarzeniem.
➤ <b>Przebieg działań</b>	Najważniejsze decyzje i rozwiązania przed wydarzeniem, onsite i po wydarzeniu.
➤ <b>Wyniki środowiskowe</b>	Mobilność, energia, materiały, odpady, catering, wykorzystanie zasobów.
➤ <b>Wyniki społeczne</b>	Dostępność, doświadczenie uczestnika, partnerstwa, działania dla otoczenia.
➤ <b>Wyniki ekonomiczne</b>	Udział lokalnych dostawców, efektywność budżetowa, wpływ na lokalny ekosystem.
➤ <b>Wyniki legacy</b>	Materiały pokonferencyjne, kontynuacje, rekomendacje, partnerstwa, zasoby wiedzy.
➤ <b>Głos interesariuszy</b>	Wnioski uczestników, prelegentów, sponsorów i zespołu organizatora.

## Minimalny układ części końcowej raportu

Dobre praktyki do utrzymania	Wyzwania do poprawy	Ograniczenia raportu	Aneks źródłowy
Rozwiązania, które warto zachować przy kolejnej edycji.	Obszary wymagające korekty organizacyjnej lub lepszych danych.	Braki danych, ograniczenia metodologiczne, obszary do dopracowania.	Ankiety, dane venue, dane dostawców, materiały pokonferencyjne i zestawienia operacyjne.

Zrównoważoność konferencji jest wynikiem sprawnego zarządzania, które łączy dojrzałość organizacyjną z długoterminową perspektywą. To ważne kryterium jakości pokazuje, czy wydarzenia zostało zrealizowane odpowiedzialnie wobec uczestników i otoczenia oraz jaki wpływ pozostawia.

Dla organizatora oznacza to zmianę perspektywy. Nie wystarczy pytać wyłącznie o to, jak dobrze wydarzenie zostało przygotowane i zrealizowane. Należy mieć na uwadze relacje, zasoby wiedzy, standardy pracy oraz korzyści dla uczestników, partnerów i otoczenia, które pozostaną po zakończeniu spotkania. *Dopiero w takim ujęciu konferencja przestaje być jednorazowym projektem, a staje się wydarzeniem o realnym znaczeniu.*





### Autorka: **Anna Paczos, Poznań Congress Center**

Zawodowo związana z Poznań Congress Center i Grupą MTP. Zajmuje się przygotowaniem, koordynacją i realizacją kongresów, konferencji oraz wydarzeń biznesowych, w tym projektów o zasięgu krajowym i międzynarodowym. Jej doświadczenie obejmuje zarządzanie produktem, planowanie działań organizacyjnych i komunikacyjnych, a także współpracę z klientami, partnerami, dostawcami, interesariuszami oraz uczestnikami. W realizowanych projektach łączy perspektywę operacyjną, biznesową i komunikacyjną, szczególnie w wydarzeniach kierowanych do środowisk naukowych i eksperckich.

Odpowiadała m.in. za kompleksową realizację 44. Kongresu Polskiego Lekarskiego Towarzystwa Radiologicznego w Poznaniu, obejmującą przygotowanie koncepcji, harmonogramu, budżetu i logistyki, koordynację partnerów oraz nadzór nad przebiegiem wydarzenia. Za profesjonalne zarządzanie tym projektem została nominowana do nagrody MP Power Awards Power People. Jej zainteresowania koncentrują się na komunikacji społecznej, relacjach przedsiębiorstwa z otoczeniem zewnętrznym, zrównoważonym rozwoju w sektorze MICE oraz roli odpowiedzialnego zarządzania w projektowaniu współczesnych wydarzeń.

*Kompendium powstało w ramach pracy doktorskiej, realizowanej w Szkole Doktorskiej Nauk Społecznych Uniwersytetu im. A. Mickiewicza w Poznaniu.*