

Kodeks wzbudza emocje

Komentarze czytelników do tekstu „Płynna” etyka w branży incentive oraz opinii na temat Kodeksu Organizatora Incentive Travel. Treść Kodeksu dostępna jest na stronach internetowych SOIT-u i MICE Poland oraz została w całości opublikowana we wrześniowym numerze MICE Poland.



Jeżeli coś chcemy zmienić, to warto zacząć od siebie

Z zaciekawieniem czytamy wszystkie komentarze, jakie pojawiają się po opublikowaniu we wrześniowym numerze MICE Poland Kodeksu Organizatora Incentive Travel, przygotowanego przez Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel. Obserwując, jakie emocje towarzyszą niektórym komentarzom, można by powiedzieć, że jeden z celów Kodeksu właśnie się realizuje. Dyskusja o Kodeksie, sensie jego tworzenia i etyce w branży – o to właśnie chodziło nam, twórcom Kodeksu. Przy okazji dowiadujemy się również jak oceniane jest samo Stowarzyszenie, to wartość dodana dla nas, której się nie spodziewaliśmy. Oczywiście bardzo nas cieszą te wszystkie głosy, które mówią, że warto podejmować takie inicjatywy, jak tworzenie zbioru dobrych praktyk. Dziękujemy za nie, bo utwierdzają nas one w przekonaniu, że nasza praca ma sens. Pojawiające się bardzo krytyczne głosy, co do samej idei tworzenia Kodeksu, trochę nas zaskakują. Gdyby nie idealistyczne myślenie wielu ludzi na przełomie całej historii ludzkości, to nic by się

nigdy nie udało zmienić... Pojawiają się również opinie, które odpowiedzialność za złe praktyki w branży przerzucają z organizatorów incentive travel na klientów, przedstawiając ideę tworzenia Kodeksu jako skazaną na porażkę w takiej sytuacji. I choć uwagi tego typu są zapewne poparte doświadczeniami, to nie do końca możemy i chcemy się z nimi zgodzić. SOIT i jego członkowie wierzą, że jeżeli coś chcemy zmienić, to warto zacząć od siebie. Obarczanie odpowiedzialnością innych nie pomoże nam w zmianach na lepsze. Kodeks Organizatora Incentive Travel, to pierwszy krok na długiej drodze ku zmianom na lepsze. Zatem dziękujemy wszystkim osobom, które poświęciły swój czas na zapoznanie się z Kodeksem i wyrażenie swoich opinii na jego temat. Jeśli możemy w tym miejscu prosić jeszcze o coś, to o merytoryczną dyskusję nad treścią Kodeksu. Tak jak cenne są dla nas wszystkie uwagi, co do idei tworzenia takiego dokumentu, cenna będzie dla nas również wiedza, co branża sądzi o jego treści.

Justyna Skubis, dyrektor zarządzająca, SOIT

Żeby mówić o Stowarzyszeniu, warto je wcześniej poznać

Świetnie, że wywiązała się dyskusja wokół Kodeksu. Zaskakują mnie jednak niektóre komentarze, jakie pojawiły się po opublikowaniu dokumentu. Głównie te, które dotyczą Stowarzyszenia, a nie Kodeksu jako takiego. Najdziwniejsze jest to, że całkiem sporo z tego na temat tego, czym jest SOIT, mówią osoby, które nigdy nie miały okazji spotkać się z nami i zapoznać z celami i zasadami funkcjonowania Stowarzyszenia. Również niektóre komentarze na temat problemów w branży budzą moje wątpli-

wości, ze względu na to, kto je wypowiada. Wolałbym, aby na tematy problemów branży incentive wypowiadały się osoby z dużym doświadczeniem i te, które mają na swoim koncie kontakty z klientami, realizującymi projekty incentive travel. Komentarze osób z branży eventowej są bardzo cenne, warto jednak pamiętać, że jest spora różnica pomiędzy eventami, a programami incentive, na których koncentruje się SOIT i wypracowany przez nas Kodeks.

Maciej Szpot, BFC, wiceprezes SOIT

Chcemy rozmawiać o realiach naszej branży ze wszystkimi

Branża incentive travel ma doskonałe perspektywy rozwoju, pod warunkiem, że wszyscy jej aktywni uczestnicy zaczną mówić jednym głosem. Kodeks zaproponowany przez SOIT, to zaproszenie do dyskusji nad „Konstytucją Polskiej Branży Incentive”, której celem jest wypracowanie zasad działania nas wszystkich: organizatorów incentive travel, pilotów, przedstawicieli klientów, linii lotniczych, firm ubezpieczeniowych. Chcemy rozmawiać o realiach naszej branży ze wszystkimi, uwzględniając

wszystkie głosy, różne spojrzenia, piętnując negatywne zjawiska, wspierając kolejne inicjatywy. Pamiętam entuzjazm członków założycieli SOIT, gdy przekonał się, że w krótkim czasie można wypracować wspólne stanowisko w wielu kluczowych kwestiach. Jestem przekonany, że tak samo stanie się z Kodeksem, pod warunkiem że włączymy w ten proces również zleceniodawców.

Cezary Wilemajtyś,
United Partners, członek SOIT

Siła jest w jedności i w liczbie

Kiedy czytam komentarze o złych praktykach w branży i o tym, czy jest sens robić coś na rzecz ich zmiany, to przypominają mi się nieformalne dyskusje z wcześniejszych lat, zanim jeszcze powstał SOIT. Jak widać zebrała się spora grupa osób, która wierzy w sens działań na rzecz branży, stąd SOIT i Kodeks stworzony przez nas. Dokument ten powstał w oparciu o głosy

szerszego grona niż tylko członkowie SOIT. Słuchamy branży i obserwujemy, co się dzieje na rynku. Wierzymy, że mimo wszystko da się coś zmienić. Zachęcamy wszystkich działających w branży incentive travel do aktywnego włączenia się w działania na rzecz tych zmian. W ilości siła, im będzie nas więcej osób i firm popierających dobre praktyki, tym bliżej nam do celu.

Krzysztof Michniewicz,
Incentive Concept, wiceprezes SOIT