

## **Sprawozdanie z VI World Medical Tourism Congress, 2–6.11.2013 r., Las Vegas, USA**

**Magdalena Rutkowska**

Medical Travel Europe, Warszawa

**Adres autora:** Magdalena Rutkowska, Medical Travel Europe, e-mail: m.rutkowska@ameds.pl

Przedstawiciele placówek medycznych z Polski wzięli udział w VI międzynarodowych targach turystyki medycznej ([www.medicaltourismcongress.com](http://www.medicaltourismcongress.com)), które zgromadziły ponad 2000 uczestników z 90 krajów. Polska już po raz drugi była obecna na tych największych branżowych targach w USA. Placówki polskie, które się promują za granicą, należą do branżowego programu promocji turystyki medycznej, realizowanego na zlecenie Ministerstwa Gospodarki. Program „Promocja turystyki medycznej” na rynkach międzynarodowych realizowany jest przez konsorcjum trzech firm EUCP, AMEDS Centrum i PAIIZ (oficjalna strona projektu: [www.polandmedicaltourism.com](http://www.polandmedicaltourism.com)). Konsorcjum i placówki występują na targach międzynarodowych pod wspólnym logo „Poland – your health destination” i na wspólnym stoisku narodowym. Podczas targów w Las Vegas stoisko to odwiedzili m.in. John Petkus, Konsul Honorowy z Las Vegas, oraz Ewa Junczyk-Ziomecka, Konsul Generalna z Nowego Jorku. Wśród placówek promujących się na targach w Las Vegas byli: Ośrodek rehabilitacyjny „Medical Park Riverside & Spa”, Uzdrawisko i ośrodek rehabilitacyjny „Ustroń”, Klinika leczenia niepłodności „Bocian” z Białegostoku, Klinika KCM z Jeleniej Góry, Uzdrawisko Kopalnia Soli „Wieliczka”. Obecni byli także przedstawiciele Światowego Centrum Słuchu w Kajetanach.

Podczas targów odbyły się liczne seminaria i wykłady dotyczące turystyki medycznej, prezentacje najlepszych światowych praktyk, wymiana doświadczeń i sesje matchmakingowe. Najważniejszym celem było jednak nawiązanie kontaktów bezpośrednich. Uczestnikom targów udostępniona została specjalna platforma B2B, która umożliwia umawianie się na spotkania.

Warte udziału były sesje seminaryjne poświęcone najnowszym trendom w turystyce medycznej. Szacuje się, że rynek światowej turystyki medycznej przekroczył już wartość 100 miliardów dolarów i sukcesywnie rośnie. W samych Stanach Zjednoczonych Ameryki jest ponad 37 mln ludzi, którzy nie posiadają żadnego ubezpieczenia zdrowotnego. Gdy zachorują i potrzebują operacji, coraz częściej wybierają usługi medyczne poza granicami kraju, gdyż stawki za leczenie w USA są dla nich zbyt wygórowane. Tańszą ofertę pacjenci ci znajdują np. w krajach Ameryki Łacińskiej, Azji czy w Europie (dla przykładu – wszczępienie by-passów kosztuje w USA od 90 do 130 tysięcy dolarów, a ta sama operacja przeprowadzona w Polsce, łącznie

z pełną rehabilitacją kardiologiczną po zabiegu, kosztuje ok. 15 tysięcy dolarów).

Podczas konferencji dr Marthy Makary przytoczył również alarmujące dane dotyczące fatalnego stanu ochrony zdrowia w Stanach Zjednoczonych, zwracając szczególną uwagę na bardzo dużą liczbę błędów popełnianych przez amerykańskich lekarzy oraz wysokie wskaźniki zakażeń wewnątrzszpitalnych. Śmiertelność z powodu błędów lekarskich, wynosząca 210 tysięcy zgonów rocznie, jest na 3 pozycji (po schorzeniach kardiologicznych i onkologicznych) przyczyn umieralności Amerykanów.

Podczas targów w USA Polska została zauważona zarówno przez organizatorów, jak i przez znaczną część pośredników w turystyce medycznej. Przedstawiciel konsorcjum – Magdalena Rutkowska, prezes Medical Travel Europe, została zaproszona do uczestnictwa w debacie „Global medical facilitator forum”.

Następnym krokiem w promocji polskiej turystyki medycznej w USA było zorganizowanie, zaraz po targach w Las Vegas, misji gospodarczej w siedzibie Wydziału Promocji Handlu i Inwestycji Konsulatu Generalnego RP w Nowym Jorku. Wzięło w niej udział 6 polskich firm należących do branżowego programu promocji turystyki medycznej – Kopalnia Soli „Wieliczka”, Przedsiębiorstwo Uzdrawiskowe „Ustroń” S.A., klinika „KCM Clinic”, pośrednik turystyki medycznej „EQUILIBRIUM The Health Tourism Provider”, klinika kardiologiczna „American Heart of Poland” oraz klinika ortopedyczna „Sport Medica (Carolina Medical Center)”, jak również przedstawiciele firm amerykańskich świadczących usługi zdrowotne i usługi z zakresu turystyki medycznej, pracodawcy, menadżerowie dużych firm, przedstawiciele firm polonijnych, przedstawiciele biur turystycznych oraz branży wellness, organizacji rządowych i dostawcy zaawansowanych technologii medycznych. Podczas misji odbyło się seminarium z udziałem międzynarodowych ekspertów w turystyce medycznej, w trakcie którego zaprezentowano główne trendy w tej branży na świecie (ze szczególnym uwzględnieniem rynku amerykańskiego), specyfikę i zasady funkcjonowania na tym rynku oraz potencjalne dziedziny współpracy. Przedstawicielom firm amerykańskich pokazano Polskę jako kraj, do którego warto przyjeżdżać w celach leczniczych, rehabilitacyjnych lub z myślą o poprawie kondycji fizycznej i swojego wyglądu, oraz zaprezentowano

polskie placówki należące do programu, z którymi potencjalni partnerzy międzynarodowi mogliby nawiązać współpracę. Po seminarium miała miejsce sesja match-makingowa polskich placówek z partnerami biznesowymi z USA, w trakcie której możliwe było zaprezentowanie swojej oferty, ustalenie zasad współpracy, podpisanie kontraktów. Spotkanie to zgromadziło również osoby odpowiedzialne za wysłanie dużej liczby pacjentów na leczenie za granicę, oraz tych, którzy szukali nowych poddostawców usług turystyki medycznej.

Misja gospodarcza w USA była miejscem spotkań reprezentantów branży z całego świata i stanowiła idealną platformę nawiązywania nowych kontaktów. Wydarzenie zostało zorganizowane przez branżowe konsorcjum promocji turystyki medycznej, przy współpracy z panią Anetą Kuczewską – Wicekonsul Konsulatu Generalnego RP w Nowym Jorku. Podczas misji gospodarczej powstał, we współpracy z pismem polonijnym „Nowy Dziennik” ([www.dziennik.com](http://www.dziennik.com)) i NDTV, obszerny materiał prasowy i telewizyjny skierowany do Polonii amerykańskiej.