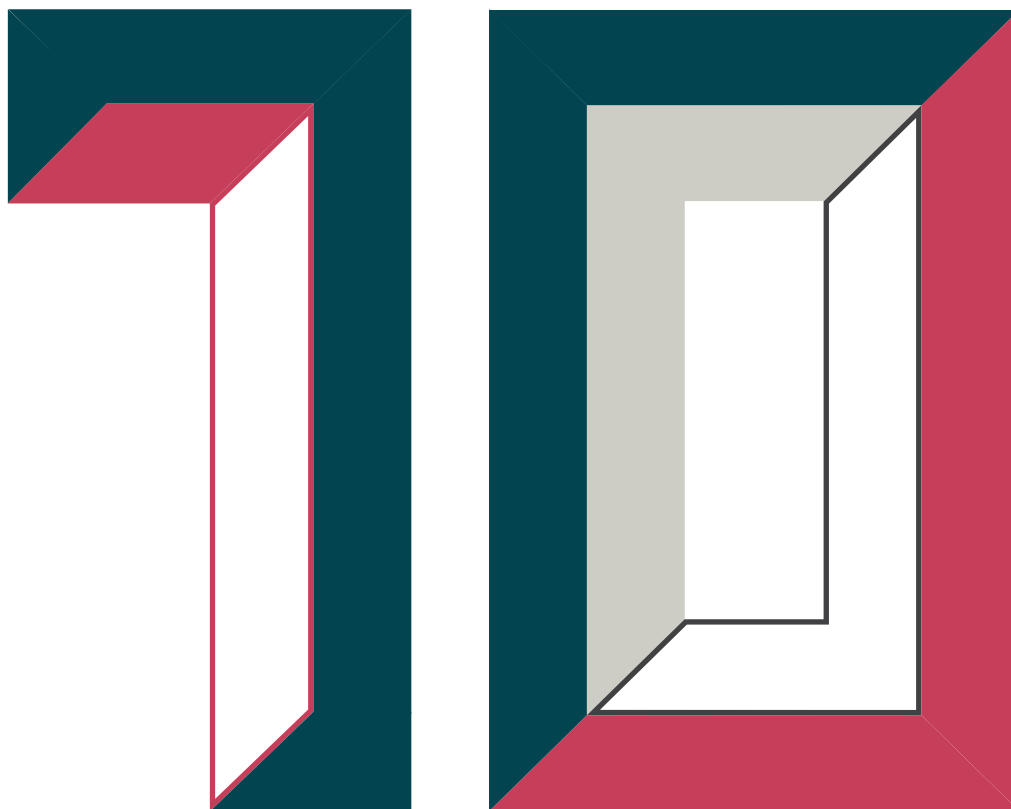


event katalog 2020/2021

usługi & obiekty eventowe



BE A HERO



EVENT



INCENTIVE



CONFERENCE



SPORT

Należymy
do:

SOIT

STOWARZYSZENIE
ORGANIZATORÓW
INCENTIVE TRAVEL



STOWARZYSZENIE
BRANŻY
EVENTOWEJ

site

Society for
Incentive
Travel
Excellence

SKKP

STOWARZYSZENIE KONFERENCJE I KONGRESY W POLSCE

The power of emotions



AGENCIAPOWER.PL

ODLICZAMY I WRACAMY

Droga branżo,

Rozpoczynając pracę nad jubileuszową 10. edycją rocznika Event Kalalog, nie spodziewaliśmy się, że będziemy świętować to okrągłe wydanie w zupełnie nowej rzeczywistości. Sytuacja, w której się znajdujemy – zaskoczyła nas wszystkich, ale jest przejściowa i chociaż trudno dokładnie określić, jak długo potrwa – minie, a branża eventowa zapewne odrodzi się jeszcze silniejsza, bogatsza o nowe doświadczenia i wiedzę.

Mija właśnie kolejny miesiąc od powstania sztabu TUgether oraz od powołania Rady Przemysłu Spotkań i Wydarzeń w Polsce. Był to bardzo intensywny czas dla wszystkich osób zaangażowanych w ten projekt i z pewnością jeszcze się nie skończył. Przed branżą najtrudniejszy okres, ale dzięki jedności, wróci ona do pełni eventowego biznesu najszybciej, jak to tylko możliwe.

Już dziś usługi i obiekty eventowe proponują klientom MICE ofertę dostosowaną do nowych warunków, w jakich przyszło nam funkcjonować. Jedno pozostaje niezmiennie, branża zaskakuje kreatywnością i otwartością na to, co nowe. Wykorzystując nowoczesne technologie i lata swoich doświadczeń, funkcjonuje w dużej mierze w sferze online i jest to świetną okazją do tego, aby na stałe w pełni profesjonalnie uzupełnić ofertę branży o tego typu działania.

Jednak niezmiennie jest to, że event to narzędzie marketingowe, które jak żadne inne potrafi budować relacje emocjonalne na linii marka – klient, a przemysł spotkań proponuje firmom bardzo cenną wartość – emocje, niezawodny empiryzm, dającą długofalowe biznesowe korzyści.

Dlatego... odliczamy i wracamy. Za jakiś czas, silniejsi, mądrzejsi, jakże spragnieni pełnej zmysłowości, którą daje nam spotkanie.



Natomiast obecną sytuację potraktujmy jak okazję, ponieważ w każdym kryzysie ukryta jest szansa.

Życzę Państwu dużo zdrowia i pogody ducha.

Adam Żmuda

WYDAWCA:

Event Polska
ul. Zbożowa 42B
40-657 Katowice
tel.: + 48 604 712 867

redakcja@eventpolska.biz
www.eventpolska.biz

DYREKTOR ZARZĄDZAJĄCY:

Adam Żmuda
a.zmuda@eventpolska.biz

REDAKTOR NACZELNA:

Marta Klecha
m.klecha@eventpolska.biz

REDAKTOR PROWADZĄCA:

Małgorzata Kapela-Leks
m.kapela-leks@eventpolska.biz

SEKRETARZ REDAKCJI:

Anna Kwienińska
a.kwiecinska@eventpolska.biz

PROJECT MANAGER:

Katarzyna Krzewicka
k.krzewicka@eventpolska.biz

WSPÓŁPRACA:

Agencja Power Sp. z o.o.
www.agencjapower.pl

EventPolska.

WSZELKIE PRAWA ZASTRZEŻONE: Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za formę i treść zamieszczonych w katalogu reklam i ogłoszeń.

Partnerzy wydania:



ARTYKUŁY I WYWIADY

- 5-7 Katowice – tu stawiamy na kulturę / Urząd Miasta Katowice
8 Rada Przemysłu Spotkań inauguruje kampanię #znowusiespotykamy / Rada Przemysłu Spotkań i Wydarzeń
12-13 Gotowanie to sztuka / Wars Catering
14-15 Humor – niezawodna atrakcja wieczoru / Agencja Stand-up Comedy
16-17 Społeczna odpowiedzialność biznesu i ekologia w branży eventowej / Rent Design
18-19 Transformacja świata eventów w czasach COVID-19 / Świat Eventów
22-23 Hybrydowe pokoje i spotkania w hotelach Radisson / Radisson Hotel Group
24-25 PGE Narodowy na fali nowych rozwiązań / PGE Narodowy

USŁUGI EVENTOWE

Agencje eventowe

- 26-27 Kompania Piwowarska
28 Concept Music Art
2, 29 Agencja Power
30-31 Agencja Creality

Atrakcje eventowe

- 32 Mono / Pinball Station
33 Malowanie Piaskiem
34 Wirbox
35 Performersi

Obsługa eventów

- 36-37 Catering24
38 Wars Catering
39 Deli Catering
40 Belvedere Catering

Wypożyczenie eventowe

- 44 Led City
45 EMG Events
46-47 Pozytywnie Promocyjni
48 Gastro Magic Service / Ice Gastro Magic
49 Colors of Design
50 Modulo
51 Rent Design
52 Spice4space
53 Ukoo Poland
54 Star Event

OBIEKTY EVENTOWE

Miejsca eventowe

- 56 Restauracja AleGloria
57 Restauracja Belvedere
58 FHouse Warsaw
60 Hulakula Rozrywkowe Centrum Miasta
61 Legendia Śląskie Wesołe Miasteczko

Obiekty eventowe

- 20-21 Osada Śnieżka
23 Hotel Radisson Collection
62 Hotel Aquarius SPA
63 Hotel Almond Business & SPA
64 Hotel Admiral
65 Hotel Grano
66, 67 Przysiały Hotel&Spa
67 Domy Konesera
68 Hotel Mrągowo Resort & Spa
69 Pałac Romantyczny
70 Warszawski Dom Technika NOT
70 Hotel Sangate Airport
71 Hotel Tobacco Łódź
72 Hotel Luxor & Atelia Banquet & Catering Center
73 Hotel Żubrówka Białowieża
74 Hotel Szafran
75 Rezydencja Gubałówka
75 Hotel Gracja
76 Centrum Kongresowe Szczawnica
77 Hotel Pieniny Grand Szczawnica
78 Hotel Żywiecki Medical Spa & Sport
79 Hotel Czarny Potok Resort SPA & Conferenc
80 Zespół Pensjonatów Antałowska
80 Zespół Pensjonatów Dolina Białego, Pensjonat Biały Potok, Telimena i Willa Pan Tadeusz
81 Hotel Tatry
81 Aqua Park Zakopane
82 Platinum Mountain Hotel & SPA
83 Osada Śnieżka
84 Pałac Mała Wieś
84 Hanza Pałac Wellness & SPA
85 Hotel Dwór Chotynia
85 Hotel Pałac Żaków
86 Digital Knowledge Village
87 ICE Kraków
88 Centrum Wystawienniczo-Kongresowe w Opolu
89 Wrocławskie Przedsiębiorstwo Hala Ludowa
90-91 Centrum Kulturalno-Kongresowe Jordanki
92 PGE Narodowy
93 Stadion Śląski
94 Stadion Energa Gdańsk
95 Arena Zabrze
96 Arena Gliwice
98 Kopalnia Soli Bochnia
99 Kopalnia Soli Wieliczka

MEDIA I ORGANIZACJE

- 55 MojeKonferencje.pl
59 SaleBiznesowe.pl
97 MiejscaKonferencyjne.pl

- 10-11 Polska Organizacja Turystyczna / Poland Convention Bureau

W poprzednich dekadach większość osób przyjeżdżających do Katowic z różnych stron Polski miała w głowach stereotypowy wizerunek stolicy województwa śląskiego. Katowice kojarzyły się kilkanaście lat temu z szarością, przemysłem i węglem. Nic dziwnego, skoro panorama miasta przez lata była zdominowana przez zakłady przemysłowe i kopalnie. Jedna z nich działała w samym sercu miasta, niespełna kilometr od rynku. Kopalnia „Katowice”, bo o niej mowa, została zlikwidowana dopiero w 1999 roku. I właśnie tam, na pokopalnych nieużytkach, powstała Strefa Kultury, która dziś w symboliczny sposób pokazuje przemianę Katowic. Z miasta węgla - Katowice stały się stolicą ponad dwumilionowej metropolii, która postawiła na kulturę.

Katowice, podobnie jak wiele miast poprzemysłowych, musiały się zmierzyć z postępującymi zmianami społeczno-gospodarczymi. - Piotr Uszok, ówczesny prezydent Katowic, w swoich śmiałych planach zakładał, że w przyszłości kultura i turystyka biznesowa będą odgrywały dużą rolę w rozwoju miast takich jak nasze. Wierzył, że była to niepowtarzalna szansa dla Katowic, które szukały wtedy swojego wyróżnika na mapie Polski i Europy. Po kilku latach okazało się, że decyzja Piotra Uszoka o utworzeniu Strefy Kultury stała się kołem zamachowym przemiany całych Katowic – mówi Marcin Krupa, prezydent Katowic.

Decyzja prezydenta Piotra Uszoka związana z realizacją tak dużej i kosztownej inwestycji musiała być bardzo trudna. Przypomnijmy, że cały świat zmagał się w latach 2008–2009 z kryzysem gospodarczym, a budżety samorządów zawsze były i są do dziś silnie uzależnione od bieżącej koniunktury gospodarczej. Dziś Strefa Kultury to obszar rozciągający się od rozpoznawalnej w całej Polsce hali widowiskowo-sportowej „Spodek” aż do Parku Boguckiego. W Strefie Kultury, w latach 2014–2015, oddano do użytku trzy obiekty, które przyciągają dziś setki tysięcy gości rocznie. Tuż obok „Spodka” powstało Międzynarodowe Centrum

KATOWICE – TU STAWIAMYNA KULTURĘ

W historii większości miast można wskazać kamienie milowe ich rozwoju. W przypadku Katowic bez wątpienia takim przełomowym momentem było ukończenie w latach 2014–2015, kosztem ponad miliarda złotych, Strefy Kultury.



Kongresowe (MCK). Te dwa obiekty tworzą obecnie największą w Polsce przestrzeń konferencyjną. Obok MCK powstała nowa siedziba Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia (NOSPR) z salą koncertową, nad której akustyką pracowała japońska firma Nagata Acoustic. Sala ta jest uznawana przez specjalistów i melomanów za jedną z najlepszych na świecie. Strefę Kultury zamyka nowa siedziba Muzeum Śląskiego, która nawiązuje do terenów pokopalnych. Duża część zbiorów znajduje się pod ziemią, a część budynków pokopalnych zostało zrewitalizowanych i zaadaptowanych na przestrzenie wystawiennicze. Dużą popu-

larnością cieszyć się dawny szyb kopalniany, który został przekształcony w taras widokowy. Warto podkreślić, że wspomniane obiekty nie tylko doskonale wypełniają swoje funkcje, ale zostały też wielokrotnie nagrodzone i wyróżnione w wielu konkursach architektonicznych.

- Mój poprzednik stworzył nam doskonałą bazę do dalszych działań. Jednocześnie było to dla nas olbrzymie wyzwanie, by wykorzystać cały potencjał nowej przestrzeni i jej obiektów. Dlatego od pierwszych dni mojej prezydentury zdecydowałem, że będziemy stawiać na kulturę. Nowa siedziba NOSPR pomogła nam



zdobyć pod koniec 2015 roku prestiżowy tytuł Miasta Kreatywnego Muzyki UNESCO. Katowice zaistniały na globalnej mapie muzyki. Z kolei Międzynarodowe Centrum Kongresowe pozwoliło nam prężnie rozwijać sektor turystyki biznesowej. Z roku na rok rośnie liczba gości wydarzeń kongresowych - w 2013 roku było to 512 tys. osób, a w 2018 roku już 757 tysięcy - mówi prezydent Marcin Krupa. - Zaplecze kongresowe i doświadczenie organizacyjne pomogły nam skutecznie aplikować o organizację Szczytu Klimatycznego, który się odbył w 2018 roku, oraz Światowego Forum Miejskiego, które będziemy gościć w 2022 roku. To dwa największe globalne wydarzenia organizowane przez ONZ. Trudno o lepszą wizytówkę dla miasta - dodaje prezydent.

Dziś w Katowicach odbywa się wiele cyklicznych wydarzeń. Do najważniejszych można zaliczyć m.in. Europejski Kongres Gospodarczy czy największe wydarzenie biznesowe w kraju, tj. Intel Extreme Masters, czyli mistrzostwa świata w grach komputerowych połączone z targami, które corocznie przyciąga około 170 tys. fanów e-sportu. Katowice są także gospodarzem markowych festiwali, takich jak Tauron Nowa Muzyka, Rawa Blues czy też OFF Festival.

Organizacja wielu z tych wydarzeń nie byłaby możliwa bez Strefy Kultury.

Rok 2019 był dla Katowic rekordowy! Ponad milion gości wydarzeń konferencyjnych i targowych przybyło do Katowic w 2019 roku. To pokazuje, że sprawdza się konsekwentnie realizowana przez miasto strategia ukierunkowana na rozwój turystyki biznesowej, ściąganie nowych imprez biznesowych, kulturalnych i sportowych oraz rozwijanie tych, które już przyciągnięto. W 2018 roku miasto było gospodarzem Szczytu Klimatycznego COP24, który stał się kamieniem milowym w rozwoju turystyki biznesowej w mieście. W zeszłym roku w Katowicach oprócz cyklicznych



kongresów i konferencji odbyła się Światowa Konferencja Antydopingowa, a także konferencja Interpolu. Miasto otrzymało także tytuł gospodarza Światowego Forum Miejskiego, które odbędzie się 2022 roku.

Niestety rok 2020 przerwał rozwój Katowic jako miasta wydarzeń, a Katowice – jak wszystkie miasta – stały przed wieloma nowymi zadaniami i wyzwaniem. Epidemia koronawirusa uderzyła bardzo mocno we

wszystkie obszary gospodarki. Z dnia na dzień setki artystów i podmiotów kulturalnych straciły źródło dochodów. Dziś działania w całym kraju, także w Katowicach, koncentrują się na ratowaniu życia i zdrowia ludzi oraz reaktywowaniu gospodarki. Jednak gdy kryzys minie, to właśnie przemysł czasu wolnego będzie ponownie stanowić w dużej mierze o jakości życia w mieście. Dlatego miasto przygotowało Katowicki Pakiet dla Kultury, który jest dodatkowym narzędziem

umożliwiającym artystom i podmiotom kulturalnym przetrwanie kryzysu. Część wydarzeń w tym roku odbywa się w strefie Internetu, inne przy zastosowaniu obostrzeń. Jednak marka Katowic, na którą miasto pracowało wiele lat, pozwala z nadzieją patrzeć na przyszłość turystyki biznesowej w tym miejscu.

RADA PRZEMYSŁU SPOTKAŃ INAUGURUJE KAMPANIĘ #ZNOWUSIESPOTYKAMY

Mija właśnie kolejny miesiąc od powstania sztabu TUgether oraz od powołania Rady Przemysłu Spotkań i Wydarzeń w Polsce. „To był czas bardzo intensywny dla wszystkich osób zaangażowanych i z pewnością jeszcze się nie skończył. Przed nami najtrudniejszy okres ale wierzymy, że wspólnie jak najszybciej to możliwe wrócimy do pełni eventowego biznesu” – mówi Ola Krzemińska-Zasadzka członek Rady, Prezes SOIT i CEO Agencji POWER.

„Widzimy, że rynek w niewielkim stopniu ale jednak ruszył i część spotkań biznesowych zaczyna się odbywać. Rzadko o tym słyszymy, klienci i agencje mają obawy przed jawnym komunikatem dotyczącym organizacji eventu czy wyjazdu służbowego. Boimy się mówić o tym, że #znouwusiespotykamy. A mamy pozytywne informacje, co w zalewie komunikatów prasowych może zniknąć. W naszej branży już się dzieje, w sposób bezpieczny i efektywny, co najważniejsze dla naszych klientów. Czas o tym mówić TUgether, bo wygaszenie konkurencji między organizatorami jest najlepszą strategią na odbudowę rynku. - mówi Łukasz Adamowicz członek Rady, vice prezes SOIT, viceprezes Grupy BFC.

Branża eventowa dotkliwie odczuła skutki pandemii. Na wiele miesięcy świat eventowy zamarł. O tym jak bardzo potrzebujemy żywych spotkań pokazał nam m.in. miniony tydzień, pełny branżowych wydarzeń jak Event Mix, Event Hybrydowy czy Meetings Week Poland. Chcąc zwrócić uwagę na wartości i znaczenie eventu jako skutecznego narzędzia biznesowego oraz wskazać pozytywne emocje jakie niosą za sobą spotkania Rada Przemysłu Spotkań i Wydarzeń inauguruje ogólnopolską akcję promocyjną pod nazwą #ZnowuSieSpotykamy. Celem kampanii jest pozytywny przekaz generowany przez wskazanie odbywających się wydarzeń przy jednoczesnym

zwróceniu uwagi na odpowiednie przygotowanie eventów pod kątem bezpieczeństwa i nowego standardu sanitarnego. W tych trudnych czasach bardzo potrzebujemy pozytywnych informacji oraz wiary w to, że eventy wrócą - mówi Anna Nowakowska, członek Rady i grupy promocyjnej akcji, Dyrektor Marketingu i Sprzedaży RAJT Hale namiotowe. Chcemy pokazywać to, że #znouwusiespotykamy i że może to spotkanie być bezpieczne. Chcemy tchnąć pozytywnego ducha oraz dotrzeć do decydentów wydarzeń i pokazać, że jesteśmy dobrze przygotowani. Eventy to pozytywne emocje, wysoka efektywność, bardzo za nimi wszyscy tęsknimy i zrobimy wiele aby wróciły na nowo - dodaje Nowakowska.

Co zrobić aby dołączyć do akcji i przyłączyć się do odbudowy popytu na eventy?

- pobrać grafikę akcji #znouwusiespotykamy dostępną na profilu facebook TUgether
- umieścić na swoim profilu społecznościowym wraz ze zdjęciem eventu w jaki się zorganizowało lub brało udział
- oznaczyć głównym hasztagiem #ZnowuSieSpotykamy oraz wspierającymi hasztagami #BezpiecznyEvent, #AktywujemyEventy #Back2Events #meet2win

Dodatkowo Rada Przemysłu Spotkań i wydarzeń zamierza periodycznie publikować przykłady realizacji eventów na swoich kanałach w social media. Zachęcamy do przesyłania 2 zdjęć eventu z krótkim opisem (do 5 zdań) na email znouwusiespotykamy@gmail.com

Wiemy że spotkania są możliwe, postępujemy zgodnie ze zdrowym rozsądkiem i zasadami bezpieczeństwa a na pewno planowane przez nas wydarzenia będą udane, skutecznie pomagając osiągać założone przez klientów cele – mówi Krzysztof Paradowski, członek Rady, CEO Concept Music Art, odpowiedzialny za projekt kreatywny akcji.

Organizacje branżowe należące do Rady Przemysłu Spotkań i Wydarzeń:

- Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel – SOIT
- Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR
- Klub Agencji Eventowych SAR
- Stowarzyszenie Konferencji i Kongresy w Polsce – SKKP
- Polska Izba Przemysłu Targowego – PIPT
- Stowarzyszenie Organizatorów Imprez Artystycznych i Rozrywkowych – SOIAR
- Izba Gospodarcza Hotelarstwa Polskiego – IGHP
- Polska Izba Techniki Estradowej – PITE
- Polskie Stowarzyszenie Rozwoju Infrastruktury Sportu i Rekreacji – IAKS Polska
- Zrzeszenie Agentów IATA w Polsce
- Stowarzyszenie Organizatorów Turystyki Biznesowej – SITE Poland
- Stowarzyszenie Branży Eventowej – SBE
- Harmony Polish Hotels
- Polskie Stowarzyszenie Przewoźników Autokarowych – PSPAIzba Gospodarcza Menedżerów Artystów Polskich – IGMAP
- Fundacja FOH
- Future for MICE
- Meeting Professional International Poland Chapter – MPI

#TUgether

Rada Przemysłu
Spotkań i Wydarzeń



#ZnowuSieSpotykamy



KOMUNIKACJA



BEZPIECZEŃSTWO



RELACJE



POZYTYWNE
EMOCJE



INNOWACYJNE
POMYSŁY

#AktywujemyEventy #Back2Events #Meet2Win
#BezpiecznyEvent #WeTravelAgain

REPREZENTUJESZ OBIEKT? ORGANIZUJESZ SPOTKANIA I WYDARZENIA?



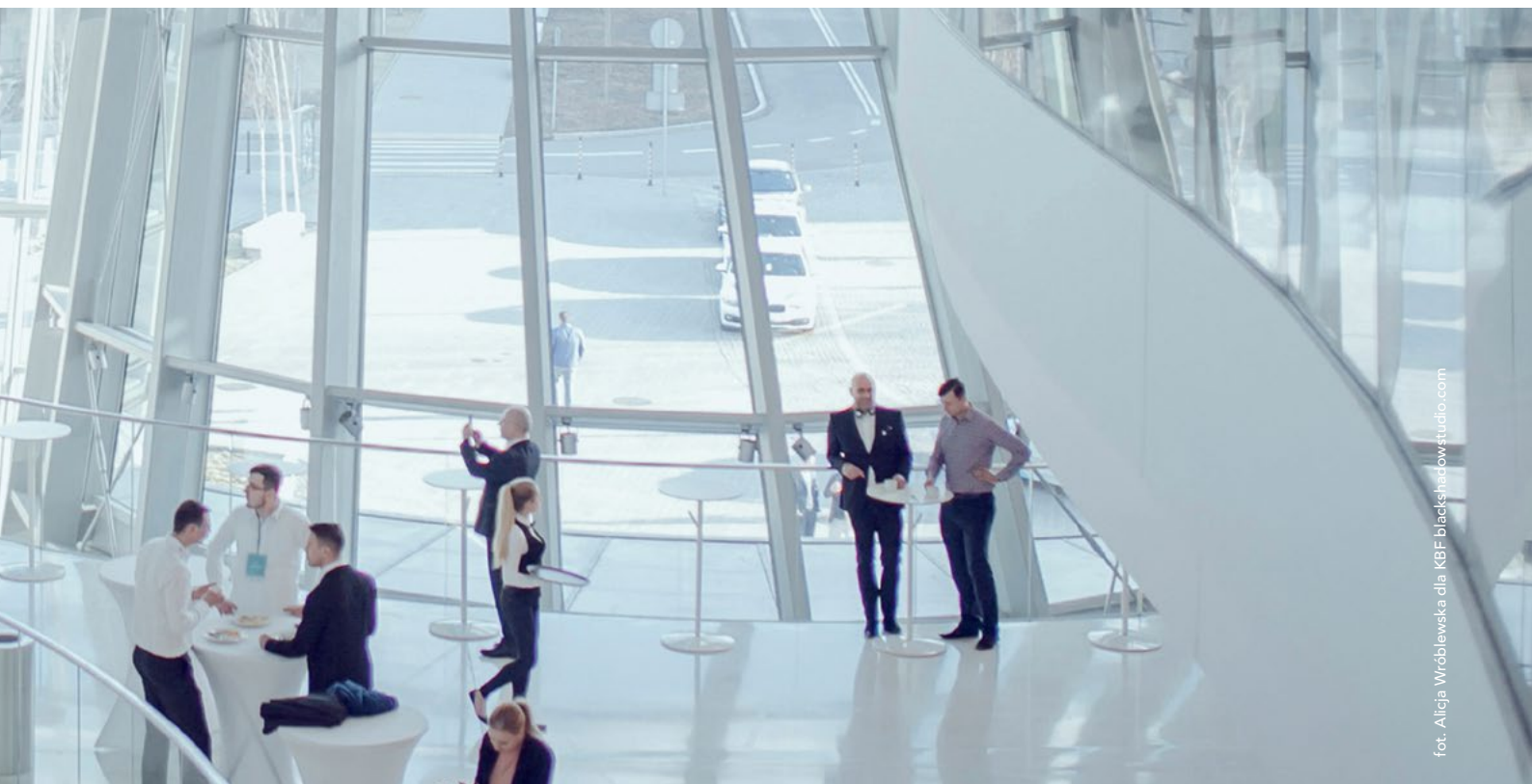
POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA



POLAND
CONVENTION
BUREAU

Polska Organizacja Turystyczna Poland Convention Bureau
uruchomiła na swoich stronach internetowych nowe narzędzia
wsparcia dla branży spotkań.

Zapraszamy do współpracy!



fot. Alicja Wróblewska dla KBF blackshadestudio.com



bezpiecznyobiekt.pot.gov.pl



pot.gov.pl/en/online-site-inspection

GOTOWANIE TO SZTUKA

O pasji do gotowania, pielęgnowanej od dzieciństwa, odwadze i nowatorskim technikom tworzenia posiłków oraz fascynacji procesem kreacji dań, opowiedział nam Grzegorz Piec – szef kuchni WARS Catering.



Grzegorz Piec
szef kuchni WARS Catering

Gotowanie jest jak sztuka: bardzo ważne jest odpowiednie łączenie składników, to jak dobieranie kolorów do obrazu. Jeżeli czegoś jest za dużo albo za mało, efekt może rozczarować. Kiedy gotuję, staram się uchwycić całą perspektywę. Dla mnie danie to nie tylko smak, ale też wygląd, dlatego tak ważna jest sama prezentacja. Nie bez przyczyny mówi się, że człowiek je oczami.

Skąd się wzięła u Pana pasja do gotowania? Czy to profesja przekazywana w Pana rodzinie od pokoleń?

Gotowania uczyła mnie babcia. W kuchni zagościłem na dobre w wieku 3 lat. Byłem małym pomocnikiem babci i pod jej czujnym okiem uczyłem się nowych rzeczy. Jej daniem popisowym były gołąbki z mięsem w sosie pomidorowym (bez ryżu), do tej pory robię je tak, jak mnie nauczyła.

Ze względów bezpieczeństwa więcej patrzyłem, niż działałem. Pamiętam dumę, którą czułem, kiedy babcia pozwoliła mi mikserem wymieszać masę na ciasto. Później swoim wypiekiem częstowałem wszystkich dookoła. Radość i uśmiech, które widziałem na twarzach najbliższych, spowodowała, że zapragnąłem uszczęśliwiać ludzi poprzez gotowanie i tak się dzieje do dzisiaj. Stąd się wzięła moja pasja do gotowania, którą starannie pielęgnuję i która cały czas daje mi bardzo dużo satysfakcji.

W jaki sposób buduje Pan menu na wydarzenie?

Nie jest to proste, ponieważ przed rozpoczęciem pracy zależy mi na poznaniu jak największej ilości szczegółów, dotyczących samego wydarzenia. Muszę wiedzieć jakiego rodzaju będzie to spotkanie, uroczysty obiad zasiadany, kolacja degustacyjna, gala czy impreza rozrywkowa. Ważna jest również pora dnia, dania o innym charakterze zaproponowałbym w godzinach rannych, a inne byłyby lepsze na wydarzenie wieczorne. Planując menu, staram się myśleć całościowo, zwracam uwagę na to, czy w tle będzie muzyka, jak będzie wyglądać oprawa światłem, jak będą wyglądać dekoracje stołów, jakie kwiaty będą w wazonach. Te wszystkie elementy pokazują mi, w którym kierunku iść i jak skonstruować menu, aby osiągnąć jak najlepszy efekt.

Co jest najmocniejszą stroną cateringu WARS?

Gdybym miał wymienić dwa najważniejsze elementy cateringu WARS, byłyby to perfekcja oraz zespół.

Perfekcja, ponieważ dania, które przygotowujemy, mają reprezentować najwyższy poziom smaku, estetyki i jakości. Naszą mocną stroną jest to, że zwraca-

my dużą uwagę na szczegóły i standard. Organizując wydarzenie dla 30, 300 czy 3000 osób, standardy się nie zmieniają. Dania przez nas oferowane muszą być „w punkt”. W naszym menu można znaleźć również sporo inspiracji rodzimą, dobrą kuchnią. Uważam, że daje nam ona wręcz nieograniczony wachlarz smaków, form, które można elastycznie dopasować do każdej propozycji. Poza tym polskie produkty charakteryzują się tak fenomenalną gamą smaków, że w pierwszym kroku sięgamy właśnie po nie.

Mówiąc o zespole, miałem na myśli to, że tworzymy jeden wielki, kreatywny team. Przez to, że każdy z nas woli inne nuty smakowe, dopełniamy się koncepcyjnie i co ważne, nie tracimy z oczu naszego wspólnego celu. Wszyscy patrzymy w jednym kierunku, co w przypadku budowania i utrzymania zespołu jest bardzo dobrym i solidnym fundamentem. Całemu zespołowi cateringowemu WARS zależy na serwowaniu pysznych, niecodziennych dań, które będą ucztą dla zmysłów.

Co lubi Pan najbardziej w gotowaniu?

Najbardziej fascynujący jest dla mnie sam proces kreacji, tworzenia dania: zaczynając od powstania pomysłu, który rodzi się w głowie, przechodząc przez dobór składników, kończąc na wyserwowaniu potrawy. Gotowanie jest jak sztuka: bardzo ważne jest odpowiednie łączenie składników, to jak dobieranie kolorów do obrazu. Jeżeli czegoś jest za dużo albo za mało, efekt może rozczarować. Kiedy gotuję, staram się uchwycić całą perspektywę. Dla mnie danie to nie tylko smak, ale też wygląd, dlatego tak ważna jest sama prezentacja. Nie bez przyczyny mówi się, że człowiek je oczami. Dobrze przygotowane danie może nasycić smakiem, zapachem i wyglądem. Widząc zadowolenie na twarzach osób, które próbują moich dań, wiem, że swoją pracę zrealizowałem najlepiej jak mogłem. Daje mi to ogromną motywację do działania.

Czyli na wyjątkowość dań składa się wiele czynników.

Tu najdrobniejsze szczegóły mają znaczenie: smak jedzenia, jego wygląd. Nasze potrawy tworzymy z produktów najwyższej jakości. Jesteśmy przekonani, że polska kuchnia ma wiele do zaoferowania, dlatego staramy się pokazać rodzime wyroby w oryginalnym wydaniu. Do kreowania i składania dań inspirowuje nas też natura, w naszym menu cateringowym można znaleźć pozycje, takie jak pesto z pokrzywy czy popiół z trawy żubrowej. Myślę, że nasza odwaga i nowatorskie techniki tworzenia posiłków dają bardzo ciekawy efekt finalny.

**Rozmawiała
Marta Klecha**

Odkryj Posmakuj Zapamiętaj

WARS - CATERING NA NAJWYŻSZYM POZIOMIE



CATERING

WARS S.A.

Tel.: 609 129 582

catering@wars.pl

www.warscatering.pl

www.wars.pl

HUMOR – NIEZAWODNA ATRAKCJA WIECZORU

Planując event firmowy czy imprezę integracyjną należy zmierzyć się z zadaniem, jakim jest odnalezienie rozrywki, która będzie odpowiednia na dany wieczór. W gąszczu ofert, które są na rynku, nie jest łatwo wybrać to, co skupi uwagę wszystkich, rozluźni atmosferę i spełni główne zadanie większości wydarzeń firmowych.

Rozwiązaniem może być stand-up i dawka humoru.



Bartłomiej Korbel

założyciel projektów Stand-up No Limits
i Klub Komedii Puente,
właściciel Agencji Stand-up Comedy

Każdy gospodarz chce na swoim przyjęciu rozbawić gości i sprawić, by poczuli się dobrze. Komicy chętnie przejmą tę inicjatywę, przyjmując na siebie różne niezręczności. Wszystko po to, by „obedrzeć” wydarzenie z krępujących chwil podczas gromadzenia się większej grupy osób.

Gdy odbieram telefony w sprawie występów komików na eventach zamkniętych, próbuje poznać typ imprezy, dowiedzieć się kto na niej będzie oraz jaki jest powód organizowanego wydarzenia. W odpowiedzi dowiaduję się wielu ciekawych rzeczy o niezwyklej lokalizacji, pozostałych niekonwencjonalnych atrakcjach, wstępnej liczbie gości, ale nigdy bez dopytania nie słyszę celu, powodu wydarzenia. Naturalnie słyszę odpowiedzi w stylu „mamy jubileusz”, „łączymy działy z klientem zagranicznym”, „podsumowujemy rok” i inne tytuły oficjalnych części eventów firmowych. Wszystkie te odpowiedzi są oczywiście zgodne z założeniami i jak najbardziej prawdziwe, ale pracując 7 lat przy organizacji wydarzeń rozrywkowych i przy jednoczesnym spędzeniu zawodowo 10 lat w gastronomii wiem, że za formalnym powodem spotkania kryje się... chęć rozluźnienia.

PLANUJ, BY OSIĄGNĄĆ CEL

Powody służbowe są uzasadnione i w 100% słuszne. Imprezy podsumowujące, jubileusze, uroczyste spotkania z klientami są istotne, ale same w sobie są kolejnym zadaniem w pracy, ponieważ wiążą się z przemówieniami, prezentacjami i de facto przygotowaniem, czyli pracą. Dlatego tak ważne jest, aby pamiętać prawdziwy powód organizowanej uroczystości. Wydaje mi się, że to nigdy nie jest wypowiadane przez telefon jako pierwsze, bo wydaje się oczywiste.

Nic bardziej mylnego. Każdy podświadomie przygotowuje się na atrakcje i część rozrywkową, ale osoby planujące agendę powinny świadomie tworzyć program eventu tak, by spełniał swój główny cel. Większość tych okazji to celebrowanie jakiegoś etapu,

wydarzenia, zmiany, jubileuszu. To, co jest najważniejsze, to rozluźnienie się po okresie ciągłego dążenia do perfekcyjnego wykonania zadań, realizacji skomplikowanych projektów lub po prostu wyścigu do osiągnięcia jak najlepszych wyników, celów firmy.

NAŁADUJ GOŚCI POZYTYWNA ENERGIĄ

Wydarzenia firmowe powinny integrować, rozluźniać i pozwalać oderwać się od codzienności zadań wykonywanych w pracy. Głównym powodem organizacji imprez dla gości, pracowników, klientów powinna być dobra zabawa uczestników oraz zapomnienie o formalnościach i trudach dnia codziennego. Wieczne wyznaczanie terminów, rzeczy do zrobienia, relacje z przełożonymi, współpracownikami, problemy w życiu osobistym i np. panująca pandemia to czynniki, które wykańczają i powodują stres u każdego z nas. Gdy organizujemy wydarzenie zamknięte, powinniśmy starać się jak najskuteczniej zabawić zaproszonych gości. Zrobić to w taki sposób, aby każdy z nich naładował się pozytywną energią i rozluźnił się, zapominając o problemach.

UWALNIACZ ENDORFIN

Dlaczego stand-up jest idealnym rozwiązaniem na wieczory zorganizowane? Przyczyn jest wiele, najważniejsza i pierwsza, na którą warto zwrócić uwagę, jest walka ze złym samopoczuciem za pomocą humoru. Kiedy jest nam źle, nasi bliscy oprócz słów otuchy, często próbują poprawić nam nastrój właśnie humorem. Jeśli mowa o pracownikach, na ich niekorzyść działa napięcie związane z chęcią wykonywania obowiązków jak najlepiej. Znane są różne sposoby na rozładowanie stresu, ale nie wszyscy wiedzą, że

to właśnie śmiech jest jednym z efektywniejszych. Podczas śmiania się w naszym organizmie wydzielają się endorfiny, potocznie zwane „hormonem szczęścia”. Jest to niezwykle, że efekt ich działania silnie redukuje stres, a nawet uśmierza ból. Endorfiny powodują, że czujemy się szczęśliwi i zadowoleni z siebie, skutecznie wprawiają nas w dobre samopoczucie. Można zaryzykować stwierdzenie, że stand-up składa się z dużych dawek endorfin, a po obejrzeniu występów komików powinniśmy rozluźnić się i wyraźnie poczuć się lepiej. Naturalnie taka rozrywka potrafi też przykuć uwagę widza i oczyścić atmosferę. Stand-uperzy próbują rozbawić zgromadzonych gości, a głównym ich celem jest sprawienie słuchającym radości.

TYLKO CZŁOWIEK I MIKROFON

Drugim powodem jest prostota organizacyjna takiego występu. Całość powinna odbywać się przy pełnym skupieniu widowni, bez „rozpraszaczy” zewnętrznych. Dzięki takiemu przygotowaniu tego typu rozrywki, goście w 100% mogą skoncentrować się i odprężyć podczas spektaklu. Do udanego wieczoru wystarczy tylko światło, mikrofon i scena. Komik, stand-uper nie potrzebuje dodatkowej scenografii czy choreografii, dzięki czemu wartością jego występu, bez zbędnych rozpraszaczy, jest jego twórczość.

TRĘŚĆ MA ZNACZENIE

Programy są różne, ale to, co cechuje stand-up, to autentyczność spowodowana sposobem, w jaki powstała ta kultura komedii. Stand-upera identyfikuje szczerść i wypowiadanie się we własnym imieniu. Komik reprezentuje siebie i swoje spojrzenie na świat. Bawi się formą i wplata historie niewiarygodne czy też wymyślone, ale sedno wypowiedzi zmierza ku przekazaniu jego zdania na pewien temat. Jest to niezwykle trudna, a zarazem piękna umiejętność zamiany w żarty tematów wszelakich, często ciężkich. Komicy często mówią rzeczy, których inni nie mogą lub krępują się powiedzieć, dzięki temu ludzie łapią zdrowy dystans podczas występów. W trudnych

czasach komedia zawsze towarzyszy ludziom jako rozrywka pozwalająca oderwać się od problemów, a po występie nasze samopoczucie z pewnością się poprawia.

ODSKOCZNIA OD RZECZYWISTOŚCI

W czasach pandemii komedia stała się odskocznią od negatywnych informacji płynących z mediów. Zaczęło powstawać coraz więcej zabawnych tzw. kompilacji filmów, a wyświetlenia programów komediowych stand-uperów szybko zaczęły wzrastać. Jako producent, będąc w samym środku tworzenia projektu Stand-up Online, doświadczałem tego, jak pozytywny odzew miały komediowe programy transmitowane za pomocą Internetu. Rozwiązanie online okazało się czymś pożądanym przez ludzi zamkniętych w domach, a surowość komedii stand-upowej okazała się wyjątkowo skuteczna w rozbawianiu osób przed monitorami, telewizorami.

IMMUNITET KOMIKA

Oczywiste jest, że wiele atrakcji na eventach powoduje zachwyt i wzruszenia, ale komedia przez właściwości związane z realizacją głównego celu wyda-

rzeń, czyli rozluźnieniem i obniżeniem stresu, jest świetnym wyborem. Właściwie przygotowany i zrealizowany stand-up na żywo lub przez Internet, jest doskonałym urozmaicheniem oficjalnego spotkania. Nieprzewidywalność puent i immunitet komika na poruszanie różnych tematów powoduje wprowadzenie swobodnej atmosfery. Każdy gospodarz chce na swoim przyjęciu rozbawić gości i sprawić, by poczul się dobrze. Komicy chętnie przejmą tę inicjatywę, przyjmując na siebie różne niezręczności. Wszystko po to, by „obedrzeć” wydarzenie z krępujących chwil podczas gromadzenia się większej grupy osób. Oczywiście planując atrakcję, występ komika warto umieścić w odpowiedniej części wieczoru. Idealnym momentem na pełen relaks i odprężenie jest pora, gdy zakończyła się oficjalna część, a najedzeni goście, krępując się wykonać pierwszy ruch, nie wiedząc, czy mogą bez skrupowania uczestniczyć w integracyjnej części wydarzenia. Stand-up oprócz tego, że wprowadzi luźną atmosferę, jest więc też swoistym ice breaker'em przed resztą wieczoru. To sprawdzona atrakcja na wyjścia pracownicze, imprezy korporacyjne oraz gale i jubileusze firmowe.



SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU I EKOLOGIA W BRANŻY EVENTOWEJ

Zagadnienia CSR (Corporate Social Responsibility) oraz ekologii już nie tylko mogą, ale muszą nabrać większego znaczenia w najbliższych latach. Branża eventowa, choć mocno poturbowana przez epidemię SARS-CoV-2, dalej będzie miała znaczący wpływ na otaczający nas świat. Dlatego tak ważne jest, mimo ciężkich czasów, nasze odpowiedzialne, prospołeczne i proekologiczne myślenie.



Adriana Szczeniowska
dyrektor zarządzająca Rent Design

**Jeżeli jako branża MICE
będziemy głośno mówić
o potrzebie implementacji
rozwiązań ekologicznych
i społecznie odpowiedzialnych,
możemy mieć pewność, że nasz
głos zostanie usłyszany.**

CZYM TAK NAPRAWDĘ TEN CSR JEST?

CSR to skrót od określenia „społeczna odpowiedzialność biznesu”. Ale za tym hasłem kryje się znacznie więcej niż może nam się wydawać. CSR obejmuje prawa człowieka, w tym praktyki związane z zatrudnieniem, przeciwdziałanie dyskryminacji i wyzyskowi, jak również odpowiedzialność w doborze dostawców, którzy działają zgodnie z przyjętymi zasadami. CSR to także praktyki związane z ochroną środowiska, w tym gospodarowanie odpadami i zapobieganie zanieczyszczeniom. Zatem nie są to działania marketingowe, czy też wizerunkowe, polegające na wydawaniu pieniędzy, a działania ukierunkowane na to, w jaki sposób te pieniądze zdobywamy.

Jak sprawić by branża eventowa była bardziej odpowiedzialna społecznie?

1. Budowanie bazy dostawców, którzy w swojej filozofii działania uwzględniają dobre praktyki

Eliminując z rynku dostawców nieetycznych, łamiących elementarne zasady działania w zgodzie z normami środowiskowymi pozwoli nam ograniczyć szkodliwość naszego oddziaływania na środowisko. Transparentność działania to jeden z warunków koniecznych, który pozwoli nam zweryfikować naszego podwykonawcę pod kątem społecznej odpowiedzialności biznesu. Coraz więcej lokalnych dostawców

informuje na swoich stronach internetowych, jak również za pomocą portali społecznościowych, jakie dobre praktyki wdraża w swojej firmie. Także korporacje w swoich kryteriach przetargowych umieszczają wymagania dotyczące społecznie odpowiedzialnego biznesu. Warto przełożyć te praktyki także na mniejszą skalę i wybierać dostawców nie tylko poprzez kryterium ceny, ale również poprzez kryterium jakości, za którą kryje się także odpowiedzialne zarządzanie zasobami i działanie ograniczające negatywny wpływ na środowisko i społeczność lokalną.

2. Dbanie o potrzeby pracowników

Nastawienie na potrzeby pracowników, realizacja programów integracyjnych, jak również realizacja działań na rzecz wyrównania szans (elastyczne formy zatrudnienia, wyrównywanie szans osób po 45 roku życia, czy równość płci na rynku pracy) to nieodłączne elementy społecznej odpowiedzialności biznesu. Branża eventowa zdominowana jest dziś w dużej mierze przez ludzi młodych, narażonych na wyjątkowo duży stres. Event manager został uznany za najbardziej stresujący zawód świata. Jeżeli zatem chcemy ograniczyć wysoką rotację w naszej branży oraz myślimy o jej prawdziwym rozwoju, musimy podjąć działania zwiększające świadomość w zakresie wdrażania dobrych praktyk.

3. Dzielenie się dobrem, czyli dbanie o potrzeby społeczności lokalnej

Niemal każda firma dostarczająca usługi w ramach branży MICE ma możliwość realnego wsparcia i użyczenia swojej wiedzy lub swojego czasu w celu wsparcia potrzebujących. Czy to poprzez wsparcie organizacji małych, lokalnych wydarzeń, czy też dostarczenie drobnych usług, takich jak catering, wypożyczenie mebli lub oświetlenie i nagłośnienie wydarzeń charytatywnych. Mamy jako branża eventowa ogromne możliwości, aby dzielić się dobrem z innymi, a nasze społeczności lokalne, funkcjonujące w pobliżu naszych firm, z pewnością docenią nasze inicjatywy i wsparcie.

4. Uczciwa konkurencja

Kradzież i kopiowanie pomysłów, nieterminowość płatności, stosowanie zasad fair play i transparentność działania to zagadnienia, które również dotyczą naszej branży. Z każdym rokiem coraz więcej firm jest coraz bardziej świadomych tego jakie zachowania i praktyki biznesowe chce uznać za dopuszczalne, a jakie nie. Głośne rozmawianie o złych praktykach i ich odważne piętnowanie to warunek konieczny, by w świadomy i pozytywny sposób rozwijać nasz biznes.

DZIAŁANIA PROEKOLOGICZNE

Tu mamy pełen szereg działań możliwych do wdrożenia. Nie chodzi jednak o to, aby wdrażać wszystkie na raz, gdyż będzie to niemożliwe do osiągnięcia. Ważne jednak, aby organizatorzy imprez postawili sobie indywidualne cele, które zechcą osiągnąć w najbliższych latach i które będą realne do osiągnięcia. Oto jakie możliwości na tym polu ma branża eventowa...

1. Ograniczenie zużycia plastiku

Wbrew pozorom jest to pozycja, która niesie za sobą wiele możliwości w środowiskach eventowych. Pierwszy krok to usunięcie elementów plastikowych z ofert firm cateringowych i zamiany ich na te przyjazne środowisku (papierowe naczynia jednorazowe,

kubeczki, słomki, drewniane sztucze jednorazowe, naturalne elementy dekoracyjne eliminujące elementy z tworzywa sztucznego, etc.). Należy również ograniczyć produkcję plastikowych gadżetów wymieniając je na te z recyklingu. Szeroko wykorzystywanym elementem dużych wydarzeń targowych i konferencyjnych są też plastikowe identyfikatory. Rezygnacja z nich lub wymiana na takie wykonane tylko z papieru i wielorazowych klipsów pomogłaby ograniczyć wyrzucanie każdego roku tysięcy tego typu produktów na śmieci.

2. Żywność przyjazna środowisku

Nawyki żywieniowe nie są łatwe do zmiany, jednak młode pokolenia są coraz bardziej świadome ich wpływu na środowisko i oczekują tych zmian także od nas - branży eventowej. Dlatego tak ważna jest promocja serwowania na eventach dań wegetariańskich lub tych z ograniczonym użyciem mięsa. To w połączeniu z wyborem produktów od lokalnych dostawców, którzy dbają o zrównoważony rozwój, pozwoli zmniejszyć globalny ślad środowiskowy.

3. Położenie nacisku na eventy lokalne

Ten punkt kryje w sobie zachętę do organizacji eventów lokalnych, a tym samym do ograniczenia choć w pewnym stopniu podróży lotniczych. Organizacja wydarzeń i spotkań, na które goście będą w stanie

dotrzeć pociągiem lub autokarem, ograniczy emisję CO2 i jego negatywny wpływ na klimat. Według niektórych naukowców sektor lotniczy odpowiedzialny jest aż za 5 % globalnego ocieplenia. Nawet gdyby ten procent okazał się dwukrotnie zawyżony, dalej byłoby to dużo i jest to znaczący argument za rozsądnym i świadomym ograniczeniem ilości podróży samolotem. Tej filozofii sprzyja obecna sytuacja epidemiologiczna na świecie, która już sama w sobie zmusza nas do ograniczenia podróży lotniczych.

4. Racjonalne zużycie surowców w miejscu pracy

Jeżeli lubisz drukować prezentację, aby przejrzeć ją przed wysłaniem do klienta, albo drukujesz maile i oferty, które przysyłają do Ciebie Twoi kontrahenci, bo lubisz trzymać je na biurku, to najwyższy czas by zastanowić się nad zmianą tych nawyków. Środki czystości także warto wybrać te przyjazne środowisku, a śmieci segregować. Wychodząc z biura pamiętaj zawsze wyłączyć światło, a ładowarki wyjąć z kontaktów. Organizując event korzystaj ze scenografii i wyposażenia wewnątrz wielorazowego użytku.

To małe zmiany, które wdrożone przez naszą branżę na dużą skalę, mogą zrobić wielką różnicę. Zacznijmy więc od siebie, zastanawiając się już dziś nad tym, które z powyższych praktyk możemy i chcemy wdrożyć w naszej firmie.



TRANSFORMACJA ŚWIATA EVENTÓW W CZASACH COVID-19

Pandemia wywołała lawinę zmian. Staram się dostrzegać w tym szansę. W związku z zapotrzebowaniem na eventy online pojawił się szereg nowych wyzwań. Zaczynając od aspektów technicznych, kończąc na zadbanie o poziom skupienia uwagi uczestników.



Nina Żukowska
dyrektor zarządzająca, Świat Eventów

Mimo to, że po drodze czekało na nas wiele niespodzianek, z perspektywy czasu wiem, że warto było poddać się tej transformacji i potraktować sytuację covid'ową jako szansę. Szansę przede wszystkim na rozwój. To, co dla mnie było bardzo odkrywcze w tym czasie, to fakt, jak wiele nowych kompetencji nabyłam zupełnie mimochodem.

Początkowo informacje dotyczące zakażeń w Chinach wszyscy trochę zignorowaliśmy. Niepokój zaczął się tak naprawdę po pierwszych doniesieniach z Francji, potem z Włoch. Pamiętam, że najpierw dostaliśmy wiadomość o odwołaniu targów motoryzacyjnych. Wtedy wiedziałam już, że zrobiło się poważnie. Otu chy dodawały świetne inicjatywy branżowe, które w tamtym czasie pokazały nam wszystkim, że sektor MICE to naprawdę olbrzymia część krajowej gospodarki. Ukłony należą się także tym z nas, którzy zaangażowali się w pomoc na rzecz lekarzy i pielęgniarek. Mamy październik i chociaż wiele branż wróciło już do biznesowego funkcjonowania, w eventach nadal słyszymy o nawet 100-procentowych spadkach w stosunku do ubiegłego roku. Klienci boją się narażać pracowników i uczestników wydarzeń, co jest zrozumiałe. A przed nami widmo drugiego zamrożenia eventów.

Osobiście nie daję się jednak zwariować hasłom, że branża eventowa umarła. Staram się dostrzegać w tym szansę. Pandemia wywołała lawinę zmian. W związku z zapotrzebowaniem na eventy online pojawił się szereg nowych wyzwań. Zaczynając od aspektów technicznych, kończąc na zadbanie o poziom skupienia uwagi uczestników.

Zmiany dotknęły również naszego szkoleniowego podwórka. Zaczęto się od zamknięcia sal szkoleniowych. Home office i nowe wymogi sanitarne, które pojawiały się w kolejnych fazach odmrażania gospodarki, nie spowodowały radykalnego wzrostu popytu na szkolenia.

Jeszcze w marcu, zainspirowana inicjatywami pomocowymi, zastanawiałam się, jak jako Świat Eventów możemy wspierać branżę w ciężkich czasach. Tak na-

rodził się pomysł uruchomienia darmowej edukacji eventowej. 20 marca 2020 roku wystartowała grupa na Facebooku o nazwie EDUKACJA EVENTOWA ONLINE by Nina Żukowska.

Pomysł był prosty. Komunikujemy się codziennie, dostarczając wiedzy, motywacji, organizujemy testy z wiedzy o eventach, angażujemy i dzielimy się doświadczeniem. Bez nadejścia, hejtu i nachalnej reklamy. Początkowo dało się zaobserwować efekt cichego obserwowania działań grupy. Największą popularnością cieszyły się cotygodniowe transmisje LIVE, na których poruszałam tematy ściśle z wiedzy o organizowaniu wydarzeń. Zaczynając od kreacji i storytellingu, przez produkcję, sprzedaż, sponsoring i tworzenie prezentacji eventowych, kończąc na strategii marketingowej dla dostawców usług eventowych czy pracy na kryzysie. Obecnie transmisje z jedną gadającą głową przerodziły się w spotkania z cyklu: „Żukowska pyta”, podczas których rozmawiam z przedstawicielami branży eventowej na różne tematy dotyczące branży eventowej oraz organizacji eventów również tych online, rzecz jasna.

Z czasem oprócz wspaniałego zaangażowania naszych grupowiczów, nie tylko w publikowane treści, ale także w rozwijanie grupy, udział w konkursach i wyzwaniach, dostrzegliśmy ogromny potencjał społecznościowy. Po cichu liczę na rychłą możliwość zorganizowania stacjonarnego spotkania dla wszystkich grupowiczów.

Dodatkowym bonusem funkcjonowania grupy EDUKACJA EVENTOWA ONLINE, było wyprodukowanie całkiem pokaźnego zbioru krótkich wideo edukacyjnych. W ten sposób grupa EDUKACJA EVENTOWA ONLINE przerodziła się w Platformę EDUKACJI EVENTOWEJ ONLINE, na którą trafiły nagrania wszystkich – w sumie już osiemnastu transmisji prowadzonych na żywo w grupie. Na platformie można również znaleźć, szereg dodatkowych materiałów i „narzędziowników” do pracy.

Uruchomienie Platformy było też swego rodzaju odpowiedzią na skargi naszych grupowiczów dotyczące ilości miejsc, w których można zdobywać wiedzę z zakresu organizacji eventów. Narzekali głównie na niedostateczną liczbę branżowych publikacji. Takie wiadomości to miód na moje trenerskie serce. Szczególnie pokrzepia fakt, że takie wnioski spływały nie tylko od najmłodszych stażem event managerów, ale również od tzw. branżowych wyjadaczy.

Tym sposobem pojawił się pomysł na przygotowanie eventowych pozycji książkowych. Biorąc pod uwagę wyzwania budżetowe, z jakimi mierzyła się branża, uznaliśmy, że stawiamy na e-booki. Chodziło o to, aby w przystępnej cenie zaoferować możliwie jak najwięcej wiedzy i narzędzi do pracy.

W sklepie pojawiła się najpierw „Eventowa Checklist” – czyli 235 najważniejszych pytań do podwykonawców eventowych – która to od razu uzyskała wewnętrzny status bestsellera wśród naszej eventowej Ligi Juniorskiej. Następnie wydaliśmy narzędzie w postaci edytowalnej wersji kompletnej „Książki produkcyjnej eventu”. Ta pozycja z kolei skradła serca wszystkich, którzy w eventach pracują już dłuższy czas. Jest to swego rodzaju szablon, w który można włożyć dowolne wydarzenia.

Po sukcesie dwóch pierwszych e-booków zdecydowałam, że potrzebuję się zrealizować literacko i dać upust mojej osobistej pasji, jaką jest storytelling. Pracę nad tym e-bookiem trwały najdłużej, ale już w pierwszych dniach po publikacji wiedziałam, że było warto. Docierało do mnie wiele wiadomości, że pozycja dotarła nie tylko do naszych grupowiczów, ale także dużych agencji, które w codziennej pracy korzystały z narzędzi zawartych w moim e-booku „Storytelling w eventach”.

Realizując kolejne projekty, w końcu musieliśmy zmierzyć się z tematem przygotowania szkoleń online. Był to zarazem pierwszy i ostatni punkt na liście transformacji. Pierwszy ze względu na rosnące zapotrzebowanie, ostatni z uwagi na wyzwania techniczne, które niewątpliwie szkolenia online generowały. Przeszliśmy przez pomysły nagrywania szkoleń w domu, nagrywania szkoleń w studio, a nawet nagrywania szkoleń w wirtualnych salach szkoleniowych. Ostatecznie porzuciliśmy pomysł produkowania gotowych wideo. To było jedno z tych wyzwań, które okazały się dla mnie nie do przeskoczenia. Nie byłabym sobą, decydując się na sprzedaż suchych wykładów. Od zawsze szkolenia w Świecie Eventów opierały się na metodzie techniki równoległej, czyli łącznia części teoretycznej z pracą warsztatową. Stąd też stało się na szkoleniach online prowadzonych na żywo.

Ta decyzja również napotkała na kolejne wyzwania. Początkowo głowiliśmy się nad tym, jak długo po-

winny trwać szkolenia online. Ciężko sobie wyobrazić ludzi przykutych do laptopów przez 8 godzin na pełnym skupieniu. W związku z tym byłam zmuszona przeprogramować szkolenia w taki sposób, by zaproponować uczestnikom co najmniej trzy maksymalnie dwu-godzinne sesje szkoleniowe.

Następnie skupiliśmy się na stworzeniu warunków technicznych umożliwiających przeprowadzenie warsztatów podczas szkolenia. Tutaj z pomocą przyszła mi branża trenerska, dzięki której dotarliśmy do narzędzi oferujących rozwiązania interaktywne, które m.in. uwzględniają podział uczestników na grupy, pracę na post-it'ach, możliwości pracy nad projektem online przez wiele osób w czasie rzeczywistym. W ten sposób udało nam się przygotować w wersji online wszystkie nasze szkolenia bazowe: Event Manager – przygotowanie do pracy w branży eventowej, EVENT MANAGEMENT ETAP I – planowanie i współpraca z podwykonawcami, EVENT MANAGEMENT ETAP II – dokumentacja i zarządzanie projektem eventowym oraz STRATEGIA I KREACJA – czyli szkolenie, podczas którego uczymy strategicznego myślenia o projektowaniu eventów i przygotowujemy uczestników do pracy kreatywnej.

Mimo to, że po drodze czekało na nas wiele niespodzianek, z perspektywy czasu wiem, że warto było poddać się tej transformacji i potraktować sytuację

covid'ową jako szansę. Szansę przede wszystkim na rozwój. To, co dla mnie było bardzo odkrywcze w tym czasie, to fakt, jak wiele nowych kompetencji nabyłam zupełnie mimochodem. Pandemia zmusiła mnie do tego, by poznać i nauczyć się nowych narzędzi, otworzyła mnie na zupełnie nowe doświadczenia, jakim początkowo były edukacyjne transmisje na żywo, ale również paradoksalnie zbliżyła mnie do ludzi, którzy zgromadzili się w grupie EDUKACJA EVENTOWA ONLINE.

W duchu tych zmian zapadła decyzja o uruchomieniu dodatkowych szkoleń z zakresu planowania i produkcji eventów online, zarówno od tej najbardziej technicznej strony, jak również z uwzględnieniem elementów kreacji i reżyserii.

Moim zdaniem, bez względu na rozwój sytuacji epidemiologicznej w kraju i na świecie szkolenia online będą cieszyły się rosnącym zainteresowaniem. W związku z tym liczę również, że będą wchodziły na coraz wyższy poziom zaawansowania technicznego. To z kolei stawia przed nami kolejne wyzwania, ale nauczona doświadczeniem ostatnich miesięcy wierzę, że co nas nie zabije, to zdecydowanie może nas wzmocnić.



OSADA ŚNIEŻKA

KONFERENCJE Z WIDOKIEM NA KARKONOSZE



WWW.OSADA-SNIEZKA.PL



OSADA ŠNIEŽKA



HYBRYDOWE POKOJE I SPOTKANIA W HOTELACH RADISSON

Hybrydowe spotkania Radisson Hotel Group łączą w sobie to, co najlepsze w spotkaniach osobistych i wirtualnych, oferując niezawodny system do wideokonferencji obrazu, dźwięku i wideo, dwa ekrany, bezprzewodowy pilot do prezentacji oraz szybkie i niezawodne łącze internetowe.



Hotel Radisson Collection w Warszawie

Radisson Hotel Group wprowadza w swoich obiektach nową koncepcję pokoi i spotkań hybrydowych. Dzięki niej możliwe będzie łączenie tradycyjnych spotkań biznesowych z wirtualnymi. Jednym z pilotażowych hoteli tego programu w Polsce jest hotel Radisson Collection w Warszawie, który zaprasza do organizacji wirtualnych spotkań.

WIRTUALNE SPOTKANIA I WSPÓŁPRACA Z ZOOM

Ponieważ świat nadal dostosowuje się do „nowej, normalności” i trwających ograniczeń „w podróżowaniu”, hotele sieci Radisson oferują wirtualne oraz hybrydowe rozwiązania, które umożliwiają organizację spotkań, a także transmitowanie ich do uczestników przebywających dosłownie na drugim końcu świata. „Z radością ogłaszamy wprowadzenie naszych rozwiązań Hybrid Meetings Solutions, które bezpośrednio odnoszą się do niektórych wyzwań związanych ze spotkaniami i wydarzeniami, które pandemia koronawirusa stworzyła na całym świecie. Z powodu różnych ograniczeń nałożonych przez rządy, podróże biznesowe stały się często niemożliwe. Jednak jako grupa hotelowa, której rdzeniem jest gościnność, rozumiemy znaczenie relacji oraz potrzebę elastycznego dostosowania się. Dlatego wprowadziliśmy rozwiązanie hybrydowe, – tłumaczy Tim Cordon, starszy wiceprezes regionalny na Bliski Wschód i Afrykę w Radisson Hotel Group.

Jak działa nowy system? Radisson Hotel Group nawiązał współpracę z Zoom, liderem w nowoczesnej komunikacji wideo dla przedsiębiorstw. Zoom zapewnia płynną obsługę wirtualnych i hybrydowych spotkań i wydarzeń. Z kolei wyspecjalizowane wewnętrzne zespoły eventowe Radisson Hotel Group zadbają o bezproblemową transmisję oraz skuteczną wymianę danych poprzez środki komunikacji elektronicznej.

POKOJE HYBRYDOWE

Jak wyglądają hotelowe pokoje hybrydowe? Łączą udogodnienia najnowocześniejszego biura z komfortem pokoju hotelowego o podwyższonym standardzie, tworząc produktywną, dedykowaną i cichą przestrzeń do pracy dla podróżujących w interesach oraz turystów. Pokoje hybrydowe oferują łatwą łączność urządzeń z drugim ekranem, sprzętem do wideokonferencji, bezprzewodową klawiaturą, myszką i głośnikiem Bluetooth, drukarką etc. Goście hotelu, biorący udział w konferencji ze swojego hotelowego

multimedialnego centrum mają dostęp do nieograniczonej ilości kawy i herbaty. Rozwiązania hybrydowe Radisson Hotel Group są obecnie dostępne w 50 wybranych hotelach w Europie, na Bliskim Wschodzie i w Afryce. Wdrażanie nowego konceptu będzie kontynuowane w tym i w przyszłym roku w kolejnych obiektach należących do Radisson Hotel Group.

BEZPIECZEŃSTWO W RADISSON HOTEL GROUP

Radisson Hotel Group we współpracy z firmą SGS wprowadził w swoich hotelach Protokół Bezpieczeństwa, czyli Globalne Zobowiązanie w Zakresie czystości i Higieny. „Naszym partnerem na poziomie globalnym jest firma SGS – światowy lider w zakresie inspekcji, weryfikacji oraz certyfikacji. Jednym z głównych i nadrzędnych celów Radisson Hotel Group jest nieustająca dbałość o zdrowie i bezpieczeństwo naszych gości, pracowników oraz partnerów biznesowych. Nasza firma przeprowadziła wnikliwą analizę wszystkich już istniejących zasad w zakresie zdrowia i bezpieczeństwa, a następnie, wraz z grupą ekspertów, dokonała dalszych zmian i ulepszeń. Protokół Bezpieczeństwa Grupy Hotelowej Radisson jeszcze bardziej umocnił nasze działania w zakresie już istniejących rygorów sanitarnych, – wyjaśnia Olof Karlsson, Dyrektor Regionalny na Polskę i Europę Południowo-Wschodnią Radisson Hotel Group.

DWADZIEŚCIA KROKÓW

Protokół obejmuje 20 kroków i dodatkowe 10 kroków dla segmentu spotkań i konferencji. Wśród zasad są m.in. zwiększona częstotliwość czyszczenia i dezynfekcji we wszystkich obszarach hotelu, zwracając szczególną uwagę na przedmioty często dotykane, ekspozycja stacji z alkoholowym środkiem do dezynfekcji rąk i rękawiczkami przy wejściu, dezynfekcja wszystkich kluczy do pokoju przed i w trakcie procesu zameldowania, stosowanie procedury express check-out w celu zminimalizowania kontaktów, promocja płatności bezgotówkowych czy kompleksowe programy szkoleniowe w zakresie higieny i zapobiegania dla członków zespołów hotelowych.

BONY DLA MEDYKÓW

Ale nowy protokół bezpieczeństwa to niejedyna aktywność Grupy Radisson w związku z pandemią. Hotele Radisson w Polsce zaangażowały się także w przekazywanie bonów hotelowych dla placówek medycznych. W Polsce kierują swoje wsparcie dla Wojewódzkiej Stacji Pogotowia Ratunkowo-Sanitarnego „Meditrans” w Warszawie. To vouchery na weekendowe pobyty w hotelach Radisson w jedynym hotelu w ośmiu miastach w całej Polsce. „Ci odważni ludzie walczą z Covid-19 na pierwszej linii i potrzebują pomocy i odpoczynku. Dlatego zdecydowaliśmy, że wykorzystamy siłę sieci Radisson w Polsce i oferujemy pobyty nie tylko w Warszawie, ale także w innych miastach, w których znajdują się nasze hotele, – mówi Marco Eichhorn, Dyrektor Generalny hotelu Radisson Collection w Warszawie.

Radisson Hotel Group wprowadza w swoich obiektach nową koncepcję pokoi i spotkań hybrydowych. Dzięki niej możliwe będzie łączenie tradycyjnych spotkań biznesowych z wirtualnymi. Zdjęcia prezentują pokoje hotelu Radisson Collection w Warszawie, który jest pilotażowym hotelem tego programu w Polsce.

HYBRYDOWE POKOJE I SPOTKANIA

w Hotelach Radisson

PGE NARODOWY NA FALI NOWYCH ROZWIĄZAŃ

Podczas walki z pandemią, pojawiają się kolejne rozważania dotyczące możliwości i ograniczeń oraz sposobów radzenia sobie z nową rzeczywistością. O tym, jak może funkcjonować branża wydarzeń rozmawiamy z prezesem operatora PGE Narodowego Włodzimierzem Dolą.



Włodzimierz Dola
prezes operatora PGE Narodowego

Organizacja imprezy masowej była dla nas nie lada wyzwaniem. Nie sztuką jest coś zorganizować, sztuką jest zorganizować to na najwyższym poziomie, a z tego słyną wydarzenia na PGE Narodowym.

W jaki sposób PGE Narodowy, największy stadion i arena wielofunkcyjna w Polsce, odnajduje się na runku wydarzeń w dobie koronawirusa?

Pandemia koronawirusa zatrzymała praktycznie cały świat, nas niestety również. PGE Narodowy przez kilka tygodni był zamknięty, tego wymagało dostosowanie się do panujących warunków. Jednak w trakcie kilku pierwszych tygodni wyłączenia zaplanowaliśmy i podjęliśmy kroki, które pomogły nam szybciej odnaleźć się w nowej rzeczywistości. Zawsze bardzo ważne dla nas było bezpieczeństwo gości PGE Narodowego i naszych pracowników. W nowej strategii obiektu, którą wypracowaliśmy w tym trudnym czasie, jest ono zdecydowanie najważniejsze i dziś wyznacza kierunki działań we wszystkich obszarach naszej działalności.

Czy wszystkie rodzaje wydarzeń mają nową formę?

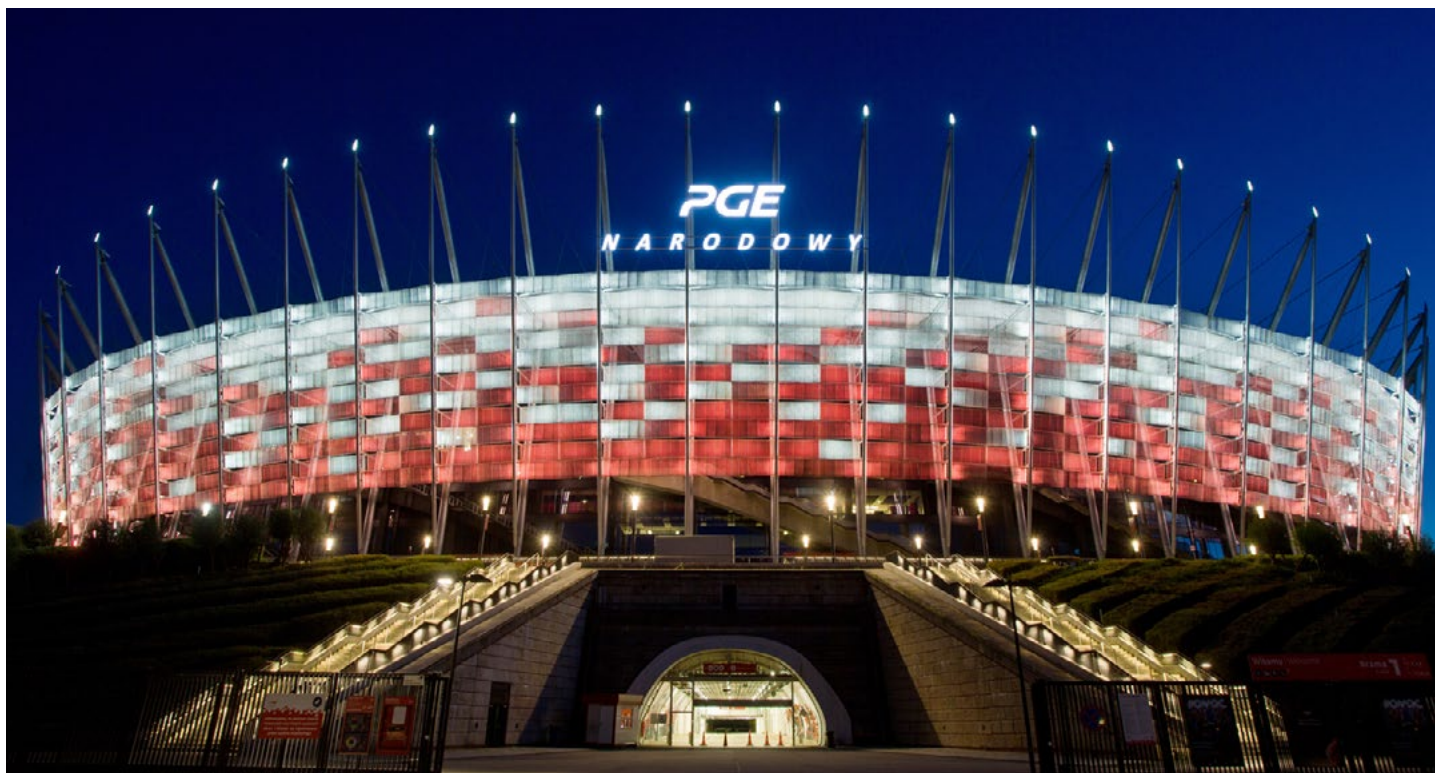
W ostatnich miesiącach uczestnictwo w koncertach, wydarzeniach, festiwalach, warsztatach, a nawet grupowych spotkaniach z najbliższymi czy partnerami biznesowymi, odbywa się na nowych zasadach. Jedno się nie zmieniło, wciąż chcemy tworzyć coś wspólnie i dla ludzi, dostarczać im wiedzy, wrażeń i pozytywnych emocji. Pragniemy budować więzi społeczne i partnerskie, działać razem. Robimy to na tyle, na ile pozwalają nam aktualnie obowiązujące przepisy.

PGE Narodowy wszedł na wyżyny organizacji bezpiecznych eventów. W sierpniu i wrześniu 2020 roku odbyły się na stadionie dwie imprezy masowe, w których uczestniczyły tysiące osób.

Organizacja imprezy masowej była dla nas nie lada wyzwaniem. Nie sztuką jest coś zorganizować, sztuką jest zorganizować to na najwyższym poziomie, a z tego słyną wydarzenia na PGE Narodowym. Nieskromnie powiem, że udało nam się to również w dobie pandemii. Wielkie multimedialne widowisko „1920. Wdzięczni bohaterom”, jak również koncert „Solidarni z Białorusią” spotkały się z bardzo dobrym przyjęciem i zrozumieniem. Zastosowaliśmy wszelkie możliwe środki bezpieczeństwa i rygorystycznie dbaliśmy o ich przestrzeganie.

Czym te wydarzenia różniły się od poprzednich organizowanych w czasach przedpandemicznych?

Różnice są znaczące. W związku z obowiązującym reżimem sanitarnym i ograniczeniami, przewidzieliśmy jedynie kilkanaście tysięcy miejsc na płycie i trybunach. Zadbaliśmy jednak o to, aby wydarzenia były transmitowane w telewizji, dzięki czemu większe grono odbiorców miało do nich dostęp. Cały obiekt, działania i procedury były dostosowane do obowiązujących przepisów, aby zapewnić najwyższy poziom bezpieczeństwa uczestników imprezy masowej. Aby zachować bezpieczną odległość pomiędzy uczestnikami w trakcie wydarzenia, bilety były dystrybuowane tak, aby goście zajmowali co drugie miejsce na trybunach. U uruchomiliśmy więcej bram wejściowych, aby ograniczyć liczbę interakcji między gośćmi i stworzyć przestrzeń umożliwiającą utrzymanie dystansu społecznego. Każdy, kto wchodził na teren obiektu musiał zaakceptować regulamin imprezy, w którym zobowiązany był do obowiązkowej dezynfekcji rąk oraz do zakrywania ust i nosa do czasu zajęcia miejsca oraz w trakcie poruszania się po obiekcie. Realizacja tych wymagań była starannie sprawdzana przez służby porządkowe, nie było problemów z nie-



dostosowywaniem się do wymagań. Troska o bezpieczeństwo w tych projektach była kluczowa i to ona determinowała cały plan działania.

Czy obserwuje Pan zmianę w podejściu społeczeństwa do uczestnictwa w takich wydarzeniach. Co, w obecnej sytuacji jest kluczowe, by przekonać ludzi, aby wzięli udział w tego typu imprezie?

Dla wielu osób ryzyko zachorowania było i jest nadal źródłem silnego stresu. To rozumiame. Należy więc robić wszystko, aby stworzyć przestrzeń, która da poczucie bezpieczeństwa. Za każdym razem obiekt zostaje precyzyjnie przystosowany do obowiązujących wymagań. To, co nam zdecydowanie pomogło, to przestrzeń, którą dysponujemy i udostępniamy, zarówno podczas małych, jak i większych wydarzeń, ale również w trakcie codziennych atrakcji jak

zwiedzanie stadionu z przewodnikiem. Pozwala ona na swobodną logistykę, dzięki niej wzrasta komfort przebywania w zamkniętych pomieszczeniach, a także poczucie bezpieczeństwa. Postawiliśmy również na dopracowanie i wprowadzenie nowych rozwiązań, które wcześniej dopiero kielkowały np. system mieszany: online i offline na jednym wydarzeniu. Nazywamy to rozwiązaniem hybrydowym, które dedykowaliśmy osobom unikającym przebywania w towarzystwie innych ludzi lub z jakiegoś powodu nie mogącym wziąć udziału w wydarzeniu osobiście.

Takie wydarzenia stają się popularnym sposobem na zwiększenie liczby uczestników tradycyjnych wydarzeń. Na czym one właściwie polegają?

Hybrydowość w obszarze spotkań i eventów oznacza nic innego jak to, że pewna grupa uczestników może

być zgromadzona na PGE Narodowym i uczestniczyć w wydarzeniu osobiście, a pozostali uczestniczą w wydarzeniu zdalnie. Nie jest to jednak zwykła transmisja wydarzenia, bowiem grupa osób, która bierze udział w wydarzeniu online nie traci atrakcyjności przekazu. Osoby te mają dostęp do prelekcji na żywo, warsztatów, prezentacji, forów dyskusyjnych. Oferowane przez nas narzędzia internetowe zapewniają wszystkim możliwość interakcji między sobą. Takie rozwiązanie ułatwia przyciągnięcie większej liczby gości i partnerów. Jest również bezpieczne w przypadku nieprzewidzianych okoliczności, ponieważ daje możliwość przeniesienia wydarzenia w całości do świata internetowego, jeśli sytuacja będzie tego wymagała. Oferujemy najnowsze rozwiązania technologiczne, aby takie wydarzenia były organizowane na najwyższym poziomie, z właściwą oprawą, były prestiżowe i przede wszystkim wyjątkowe ze względu na miejsce, w którym się odbywają.



PROFESJONALNA OBSŁUGA PIWNA IMPREZ

Kompania Piwowarska S.A. wraz z firmami partnerskimi w całym kraju zaprasza do współpracy z zakresu profesjonalnej obsługi piwno-gastronomicznej wszystkich eventów, niezależnie od ich wielkości.

Nasze produkty obecne są na festiwalach, dniach miast, piknikach, imprezach plenerowych, koncertach, uroczystych galach, otwarciach czy jubileuszach. Stale inwestujemy w najnowocześniejsze rozwiązania do serwowania piwa.

Oferujemy:

- użyczenie urządzeń do rozlewu piwa z beczek (tzw. kegi),
- wypożyczenie namiotów, parasoli, ławostolów gastronomicznych, lodówek itp.,
- możliwość obsługi serwisowej urządzeń do rozlewu piwa podczas trwania imprezy,
- kompleksową obsługę lub realizację wybranych elementów wydarzenia,
- szeroki asortyment (od produktów 0,0%, produkty na imprezy masowe o obniżonej zawartości alkoholu 3,5%, szerokie portfolio piw),
- profesjonalne strefy premium.

KONTAKT

Tomasz Sitko: tomasz.sitko@asahibeer.pl, +48 608-557-616



Kompania Piwowska S.A.
współpracuje z największymi
organizatorami i firmami
obsługującymi eventy na
terenie całej Polski.

Nasi partnerzy poza sprzętem
eventowym służącym do
sprzedaży piwa w swojej ofercie
posiadają:

- catering / gastronomię
- organizację viproomów
- organizację imprez okolicznościowych i bankietów
- usługi logistyczne i magazynowe
- usługi montażu sprzętu eventowego
- usługi bookingu artystów
- możliwość produkcji stref sprzedażowych



KONTAKT

Tomasz Sitko: tomasz.sitko@asahibeer.pl, +48 608-557-616





CMA – YOUR ONLINE EVENT PARTNER

CMA to lider produkcji wydarzeń online.

Przeszło 20 lat doświadczenia w organizacji i realizacji wydarzeń multimedialnych oraz kongresowych na całym świecie pozwoliło stworzyć nowy kreatywny zespół profesjonalnie obsługujący klienta biznesowego w nowej rzeczywistości.

Działalność firmy rozwija się dwutorowo: CMA EVENTS realizuje działania agencyjne i kreatywne, CMA AV oferuje najnowocześniejszy sprzęt techniczny, w tym multimedia, oświetlenie i nagłośnienie oraz profesjonalną obsługę oraz doradztwo w zakresie wydarzeń biznesowych i kulturalnych.

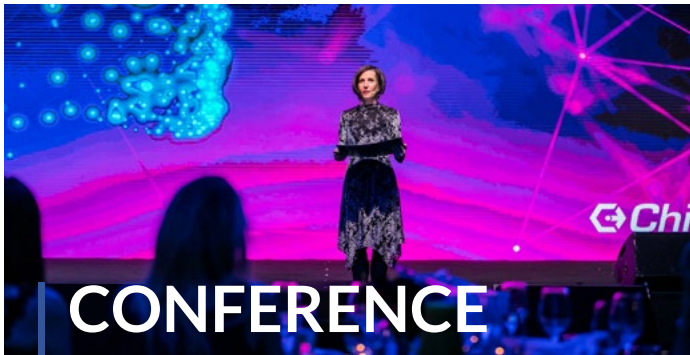


CONCEPT MUSIC ART

ul. Warszawska 15, 31-155 Kraków
tel.: 501 178 516
marketing@cma.pl



THE POWER OF EMOTIONS



Agencja Power jest organizatorem wydarzeń i wyjazdów dla firm i instytucji. W ostatnich latach została laureatem nagród takich jak: Solidna Firma, Procon Awards, Tygrysy Biznesu, Certyfikat Polski Produkt, Firma Roku, MP Power Award, Gepard Biznesu. Power to mieszanka chęci działania, energii i entuzjazmu z fachową wiedzą, doskonałą organizacją i dbałością o najmniejsze szczegóły. Dzięki połączeniu szczegółowego planowania wydarzeń, wysokiego poziomu usług z kreatywnością jesteśmy dla naszych klientów wiarygodnym i sprawdzonym partnerem oraz zdobyliśmy zaufanie wielu firm, które regularnie korzystają z naszych usług. Początki Agencji /dawniej PowerSport/ sięgają 1997 roku, kiedy rozpoczęliśmy organizację wyjazdów zimowych. Należymy do SOIT, KAE, SKKP, SITE. Byliśmy także członkiem-założycielem SBE. Agencja Power Sp. z o.o. posiada wpis do rejestru organizatorów i pośredników turystycznych województwa mazowieckiego pod numerem 1279.



Power Sp. z o.o.
ul. Kowalczyka 1/31, 03-193 Warszawa
tel.: 22 224 59 83
power@agencjapower.pl

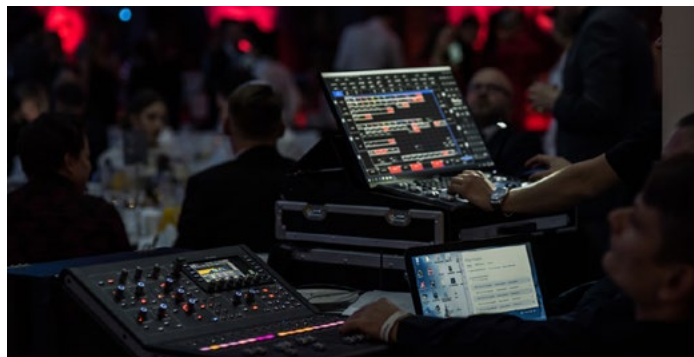


CREALITY – WSZYSTKO JEST MOŻLIWE!

Agencja eventowa Creality sp. z o.o. działa już 12 lat. Dla naszych klientów – a są wśród nich międzynarodowe korporacje, centra handlowe, urzędy w całym kraju - realizujemy wydarzenia, prowadzimy social media, projektujemy grafiki i strony www.

Jesteśmy zgranym zespołem profesjonalistów. Osobiście angażujemy się w realizowane projekty. Nieustająco rozwijamy się po to, aby organizowane przez nas wydarzenia w jeszcze wyższym stopniu spełniały oczekiwania naszych partnerów oraz nasze. Wyznaczamy kierunki, testujemy i wdrażamy świeże pomysły i rozwiązania. Lubimy wyzwania – z radością przyjmujemy zlecenia, które wydają się nierealne. Urzeczywistnimy je.

Zmierzyliśmy się z nową rzeczywistością – działamy i w realu i online.
SPRAWDŹ NAS!



CREALITY sp. z o.o.

ul. Sienkiewicza 85/87, 90-057 Łódź

tel.: 790 312 000

eventy@creality.pl

SELFIE MUSEUM

by CREALITY



Idealne instalacje do najlepszych
zdjęć Twoich klientów!

SPRAWDŹ NAS!

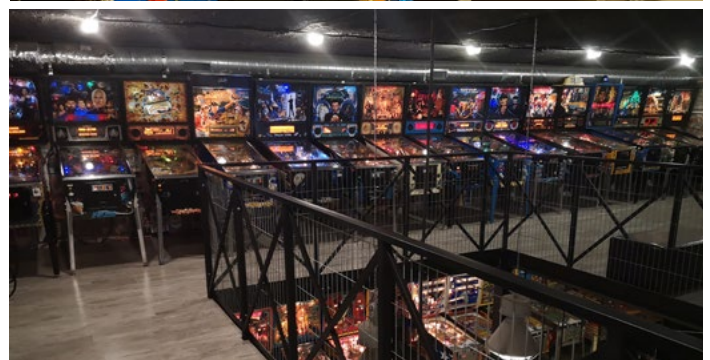
www.creality.pl

creality



PINBALL STATION - FLIPPERY I ARCADE

Posiadamy w ofercie blisko 100 w pełni sprawnych, odrestaurowanych maszyn z lat 70,80 i 90. Każdy z naszych flipperów to inny motyw graficzny, widowiskowa gra światła oraz muzyka i dźwięki znane z poprzedniej epoki. W ofercie posiadamy także szereg automatów typu Arcade z oryginalnymi, klasycznymi grami jak np. Pac Man, Metal Slug, Street Fighter. Nasze maszyny pozwalają odtworzyć niepowtarzalny klimat saloonów gier. Szeroki wybór tytułów pozwala na dopasowanie odpowiedniego zestawu do dowolnego tematu Państwa eventu lub imprezy. Zorganizujemy wam turniej integracyjny, wciągniemy waszych gości w świat naszych automatów. Nowością w ofercie jest wspaniała prelekcja o historii flipperów i ich budowie oraz nauka gry. Zapraszamy wycieczki zorganizowane do naszego muzeum. Nasza oferta obejmuje całą Polskę i Europę, przywieziemy, rozstawimy i zapewnimy Państwu dobrą zabawę z naszą obsługą.



Mono Sp. z o.o.

ul. Kolejowa 8a, 01-210 Warszawa

tel.: 694 327 137

pawel@pinstation.pl

Malowanie piaskiem

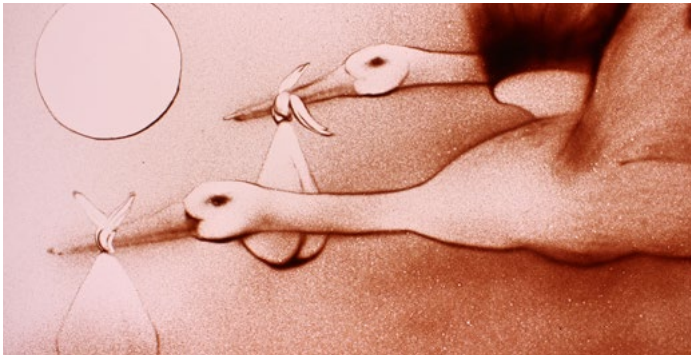
PIASKIEM OPOWIEMY TWOJĄ HISTORIĘ

Malowanie piaskiem porusza i pozostawia niezapomniane wrażenia. Personalizujemy scenariusze, dobieramy muzykę. Pobudzamy wyobraźnię, wprowadzamy w wyjątkowy nastrój. Tworzymy magię specjalnie dla Ciebie i Twoich klientów! Wzbudzamy niepowtarzalne emocje.

Zaufało Nam ponad 650 klientów ! Czas na Ciebie!

Inne nasze pokazy:

www.malowanieswiatlem.eu, www.obrazniespodzianka.pl



Malowanie Piaskiem

tel.: 691 112 600

biuro@malowaniepiaskiem.com



KABINY Z WIRUJĄCYMI PIŁECZKAMI

Wirbox to kabina z wytrzymałej, stalowej ramy pokryta pleksiglasem do której wdmuchiwanie jest powietrze, tworząc wewnątrz wir z setek kolorowych, piankowych kulek. Uczestnik gry musi złapać jak najwięcej kulek o odpowiedniej barwie i wprowadzić je do komory wbudowanej w bok kabiny. Czas mierzony jest automatycznie od momentu uruchomienia wentylatora i widoczny jest na elektronicznym wyświetlaczu. Najlepsze wyniki zapisywane są na tablicy w stylu Top Gear. Jest to rozrywka również dla obserwujących, ponieważ przezrysta obudowa kabiny umożliwia przyglądanie się zmaganiom graczy. Największym atutem kabin jest możliwość ich personalizacji co czyni je idealnym wyborem na akcje promocyjne, imprezy firmowe czy targi.



WIRBOX
tel.: 797 582 595
biuro@wirbox.pl



XX PERFORMERSI

NIEMOŻLIWE NIE ISTNIEJE!

Skupiamy grupę profesjonalnych artystów akrobatów pełnych entuzjazmu i kreatywnego podejścia do wykonywanej pracy. Realizujemy m.in. takie projekty jak akrobacje w kuli sferycznej, taniec ze wstążką, taniec w kole czy taniec z sześcianem, które dają niesamowity pokaz możliwości ludzkiego ciała. Każdy występ dostosowujemy do indywidualnych potrzeb naszych klientów. Występowi artyści zawsze towarzyszą bardzo starannie dobrana zmysłowa muzyka oraz oprawa świetlna, które razem tworzą niepowtarzalne zapierające dech wrażenie. Nasi akrobaci czarują zarówno na ziemi jak i w powietrzu, tworząc magię od której nie sposób oderwać wzroku.



Performersi
tel.: 691 112 600
biuro@pokazyakrobatyczne.pl

CATERING 24

PROFESJONALIZM ZE SMAKIEM

Nasza firma działa już od 1998 roku. W tym czasie podejmowaliśmy się nietypowych zleceń i organizowaliśmy cateringi w najbardziej niestandardowych miejscach. To pozwoliło nam zyskać doświadczenie, które doprowadziło nas na szczyt branży cateringowej czyniąc z nas jedną z największych firm tego typu na terenie Polski. Lata pracy i profesjonalny zespół pozwolił nam zyskać swobodę – do naszego menu trafiają nowe pozycje, które zaspokoją potrzeby nawet najbardziej wymagających Klientów. Na nasze wsparcie mogą liczyć zarówno kameralne spotkania jak i największe imprezy plenerowe i konferencje. Nie bagatelizujemy żadnego zlecenia i zawsze dokładamy wszelkich starań żeby przekroczyć Państwa najśmielsze oczekiwania.



Catering24.pl

ul. Kadecka 5A, 41-503 Chorzów

tel.: 695 242 242

zapytanie@catering24.pl



CATERING 24



ELASTYCZNE
ROZWIĄZANIA



INNOWACJE
KULINARNE



WYKALIFIKOWANY
PERSONEL



NOWOCZESNY
SPRZĘT



WŁASNA FLOTA
TRANSPORTOWA



ZASIĘG
OGÓLNOPOLSKI



AUTORSKIE
PRODUKTY



www.catering24.pl



zapytanie@catering24.pl



+48 695 242 424



CATERING

CATERING NA NAJWYŻSZYM POZIOMIE

WARS S.A. to firma z wieloletnią tradycją. Działamy na rynku przewozów pasażerskich od 1948 roku. WARS S.A. to również usługi cateringowe, które w naturalny sposób wiążą się z działalnością firmy. Ofertę elastycznie dopasowujemy do potrzeb Klientów. Priorytetem Szefów Kuchni jest serwowanie dań na wysokim poziomie smaku i estetyki. Realizując zamówienia zwracamy uwagę na szczegóły, zaczynając od wsluchania się w potrzeby Klientów, odpowiedniego przygotowania menu, kończąc na perfekcyjnym przygotowaniu dań i profesjonalnym serwisie. Obsługujemy gale, bankiety, konferencje, targi, imprezy plenerowe i okolicznościowe. Najważniejsze jest zadowolenie Klientów oraz gości biorących udział w wydarzeniach obsługiwanych przez WARS.



WARS S.A.

ul. Chłopickiego 53, 04-275 Warszawa
tel.: 609 129 582, 669 099 810, 502 160 660
catering@wars.pl





KULINARIA EVENTOWE NR. 1 W POLSCE

Marka Deli Catering to profesjonalne usługi cateringowe, świadczone na terenie całej Polski. Obsługujemy gale, kongresy, konferencje, eventy firmowe, szkolenia oraz przyjęcia okolicznościowe. Zapewniamy kompleksową usługę – poczynając od spersonalizowanego menu, poprzez aranżację stołów i bufetów, po obsługę kelnerską i barmańską, sprzęt cateringowy oraz logistykę. Dostarczamy wyjątkowe i niebanalne rozwiązania kulinarne, niezależnie od miejsca i liczby osób. Propozycje menu i usług towarzyszących dostosowujemy do budżetu, indywidualnych sugestii i charakteru imprezy.

Pracujemy wyłącznie na najlepszych produktach od zaufanych dostawców. Nasza kuchnia to 400 m² zaplecza produkcyjnego, wyposażonego w nowoczesny sprzęt i nowatorskie rozwiązania technologiczne.



Deli Catering

ul. Janinówka 17, 03-562 Warszawa

tel.: 22 599 45 60

catering@delicatering.pl



UNIKALNE EVENTY. AUTORSKA KUCHNIA. BEZPIECZEŃSTWO

Od 30 lat Belvedere Catering wyznacza standardy na rynku usług cateringowych w Polsce. Jakość usługi jest dla firmy priorytetem, niezależnie od wielkości wydarzenia czy miejsca realizacji. Dlatego to Belvedere wybiera się regularnie do obsługi cateringu podczas najważniejszych wydarzeń w kraju. W czasie COVID-19 Belvedere wprowadziło szereg rozwiązań dla zapewnienia 100% bezpieczeństwa podczas eventów, zgodnie z wytycznymi GIS. Zaufanie i renoma wypracowane przez lata u Klientów firmy - zdobyte dzięki niezawodności usług, zaangażowaniu, elastyczności, restrykcyjnemu stosowaniu standardów, oraz gwarancji jakości, którą zapewnia doświadczony personel z wieloletnim stażem - zaowocowały dziesiątkami realizacji w okresie pandemii. Zwłaszcza w tym czasie Klienci zwracają się do zaufanych Partnerów, gwarantujących najwyższą jakość i bezpieczeństwo.



Belvedere - Cafe Łazienki Królewskie Sp. z o.o.

ul. Agrykoli 1, 00-460 Warszawa

tel.: 22 558 67 35

catering@belvedere.com.pl

M-DUO

M-DUO – AGENCJA HOSTESS I MODELEK

M-DUO to wielokrotnie nagradzana agencja zajmująca się organizacją personelu eventowego. Nasze podstawowe zalety to kompleksowość usług, 13-letnie doświadczenie na rynku oraz najwyższa jakość. Podstawę oferty stanowi personel eventowy - hostessy, modelki i promotorzy marek, przy wsparciu doświadczonych supervisorów. Poza tym animatorzy, konferansjerzy, obsługa techniczna oraz fordanserki. Wypożyczamy i szyjemy stroje na zamówienie - możemy zaproponować odpowiednie stylizacje eventowe oraz make-up dostosowany tematycznie do imprezy. Organizujemy sesje zdjęciowe, produktowe, mamy w swojej ofercie profesjonalnych fotografów. Współpracujemy z renomowanymi agencjami eventowymi na terenie całej Polski oraz poza jej granicami. Branża nas docenia, nieustannie się rozwijamy i wkładamy w nasze wyzwania dużo serca.



M-DUO s.c.

ul. Czerniakowska 42/99, 00-717 Warszawa
tel.: 692 175 709, 602 413 077
m.bradacz@m-duo.pl, p.szczek@m-duo.pl

EVENTOWY DOM PRODUKCYJNY FOTO&VIDEO

Od ponad 10 lat specjalizujemy się w dokumentacji fotograficznej i filmowej na potrzeby eventów! Zrealizowaliśmy już setki projektów! Nasze produkcje realizujemy z wykorzystaniem naszej kreatywności, doświadczenia w połączeniu z najnowszą technologią zarówno na etapie realizacji jak i postprodukcji. Przygotowujemy filmy korporacyjne, animacje 2D i 3D oraz oprawę multimedialną eventów. Prowadzimy transmisje live oraz realizacje wielokamerowe. Oferujemy również atrakcje eventowe m.in.: CoffeePrint (nadruk na piance kawy oraz ciastkach), Greenbox, Innowacyjne Fotobudki, Warsztaty filmowe, Malowanie światłem! Posiadamy największy wybór fotobudek w Polsce! W trakcie eventu drukujemy zdjęcia, również na koszulkach, kubkach itp. Wspieramy klientów w dążeniu do marketingowej doskonałości! Poznaj nas! www.mocartgroup.pl


Moc&ArtGroup

ul. Gitarowa 6A, 05-825 Książenice

tel.: 665 332 444

info@mocartgroup.pl

KRZYSZTOF ŁOBODZIŃSKI

KONFERANSJER
PREZENTER RADIOWY

Od 10 lat prowadzi eventy na scenach całej Polski i poza jej granicami. Codziennie budzi i mobilizuje Warszawę na antenie popularnej rozgłośni radiowej. Jego pasją są ludzie i wyzwania, szczególną umiejętnością, zarządzanie sytuacjami kryzysowymi na scenie.

WWW.KRZYSZTOFLOBODZINSKI.PL



Grupa molekularne

BARMAŃSTWO TO NASZA PASJA

Profesjonalna obsługa baru na imprezach okolicznościowych, eventach, targach oraz bankietach. Działamy na terenie całego kraju ale nie tylko :) Wieloletnie doświadczenie połączone z profesjonalizmem całego zespołu oraz pełnym zaangażowaniem w każdy projekt to sposób na sukces.

Posiadamy własne mobilne bary przystosowane do kontaktu z żywnością oraz do pracy w każdych warunkach Outdoor, indoor.

Oferujemy obsługę baru klasycznego, working Flair oraz molekularnego, pokazy barmańskie flair oraz molekularne, warsztaty barmańskie, team building, bary kawowe.

Wyjątkowa personalizacja kaw na eventach. Możliwość umieszczania logo firmy oraz zdjęć.



Gastro Bar Service Adam Hołoga

tel.: 883 990 491

info@druknakawie.com.pl



WYNAJEM I SPRZEDAŻ EKRANÓW LED

LED CITY oferuje wynajem i sprzedaż Ekranów LED, realizację wideo na żywo podczas eventów, streaming, a także kompleksową obsługę innowacyjnych eventów z wykorzystaniem AR i VR.

Do dyspozycji naszych Klientów oddajemy:

- Ekran LED CITY P2HD z Black SMD indoor o wyjątkowym kontraście, nawet w jasnych pomieszczeniach
 - Ekran LED CITY P4HD outdoor o dużej powierzchni – idealny, aby stworzyć niepowtarzalną scenografię Twojego eventu
 - Ekrany LED CITY w Pixelach P6 i P8 Real zamontowane na przyczepach, dzięki czemu są w pełni mobilne i łatwe w montażu
 - Profesjonalny sprzęt realizacji wizji - mixery Roland HD, kamery
- Gwarantujemy fachowe doradztwo przy doborze sprzętu oraz profesjonalną obsługę. **LED CITY - Kompleksowa obsługa multimedialna:**
Eventów | Koncertów i Festiwalu | Konferencji i targów | Kina plenerowego | Stref kibica | Imprez sportowych | Eventów AR i VR



LED CITY

ul. Grunwaldzka 63, 33-300 Nowy Sącz

tel.: 12 413 81 27, 504 120 523

biuro@ledcity.pl



EMG EVENTS: OBSŁUGA MULTIMEDIALNA EVENTÓW

STUDIO ONLINE / STREAMING

EMG Events zagwarantuje, że Państwa event stanie się niezapomnianym widowiskiem multimedialnym. Zajmujemy się kompleksową obsługą techniczną konferencji, targów czy imprez outdoorowych. Sprzęt jakim dysponujemy:

- Skrętne ekrany LED P2, P3 i outdoor P5
- Ekrany LCD o przekątnych od 32 po 98"
- Techniki holograficzne oraz interaktywne
- Oświetlenie oraz nagłośnienie
- Multimedialne stoiska targowe

Nasza doświadczona ekipa doradzi najlepsze rozwiązania na Państwa wydarzenie. By się o tym przekonać - zapraszamy do kontaktu.



EMG Events

Trakt Brzeski 57, 05-077 Warszawa
tel.: 508 404 040
info@emgevents.pl

GADŻETOWE L♥VE

OFERTA NAJWIĘKSZYCH PRODUCENTÓW W JEDNYM MIEJSCU



WWW.POZYTYWNIEPROMOCYJNI.PL
MARKETING@POZYTYWNIEPROMOCYJNI.PL
+48 791 13 07 83

pozytywnie promocyjni.pl



NAJLEPSZE GADŻETY REKLAMOWE

WYŁĄCZNIE OD TOPOWYCH
PRODUKTÓW!





GASTRO MAGIC SERVICE - NAJLEPSZY PARTNER TECHNICZNY

Gastro Magic Service to profesjonalna wypożyczalnia sprzętu gastronomicznego, kuchennego, bankietowego, cateringowego i piknikowego.

Bardzo szeroka oferta sprzętowa pozwoli na zorganizowanie każdego rodzaju wydarzenia nawet dla kilkuset tysięcy osób.

Szkoło, porcelana, sztucze, krzesła, stoły, obrusy, grille, namioty, parasole, ekspresy, wyciskarki, piecze i wiele innych.

Kompleksowa oferta i własne zaplecze logistyczne pozwalają realizować zamówienia na terenie całej Polski.

Wśród sprzętu są m.in. takie marki jak: Rosenthal, Villeroy&Boch, Chef&Sommelier, Spiegelau, Hamilton Beach i wiele innych.

W ofercie jest również LÓD (www.icegastro.pl).



Gastro Magic Service

ul. Piastowska 65, 05-850 Jawczyce

tel.: 506 058 128, gms@gastrowypożyczalnia.pl

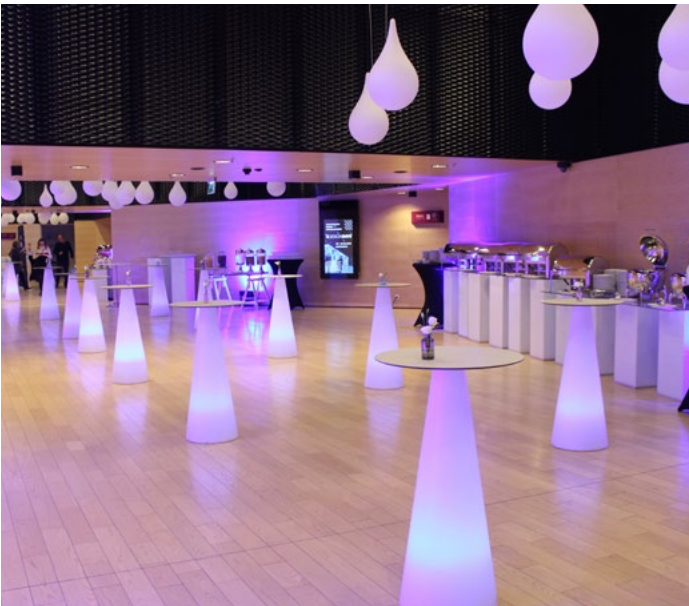
Ice Gastro

tel.: 666 666 272, zamow@icegastro.pl





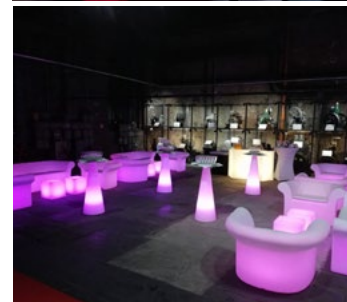
WYPOŻYCZALNIA MEBLI EVENTOWYCH



Jedna z topowych wypożyczalni mebli eventowych w Polsce. Wyróżnia ją bogactwo oferowanych modeli, wzorów i kolorów. W swojej ofercie posiada eventowe klasyki, jak i designerskie nowinki, które zaspokoją potrzeby najbardziej wymagających klientów.

Colors of Design gwarantuje szeroki wybór mebli do stref chilloutowych, mebli konferencyjnych, mebli targowych, krzeseł konferencyjnych, mebli ogrodowych, namiotów eventowych, mebli podświetlanych, barów, mebli koktajlowych, bufetów i akcesoriów dekoracyjnych.

Firma dowozi i montuje meble na terenie całego kraju i zagranicą, a dzięki dwóm magazynom oferuje konkurencyjne ceny transportu. W swojej ofercie posiada również możliwość wykonania aranżacji i wizualizacji 3D przestrzeni eventowej dla swoich klientów.



Colors of Design

Oddział Warszawa: ul. Żupnicza 17, 03-821 Warszawa
warszawa@colorsofdesign.pl, tel.: 531 606 608

Oddział Katowice: ul. Marszałka Józefa Piłsudskiego 83, 42-500 Będzin
marketing@colorsofdesign.pl, tel.: 531 493 818



WYPOŻYCZALNIA MEBLI

ZAARANŻUJ Z NAMI PRZESTRZEŃ

Modulio to wypożyczalnia mebli na Twoje wydarzenia. Nasza kolekcja została stworzona specjalnie dla tych którzy chcą się wyróżnić i zaprosić gości do gustownie urządzonej przestrzeni. Wraz z szybkim rozwojem branży eventowej, proponujemy niespotykane dotąd rozwiązania. Autorami produkowanych przez nas mebli są wyłącznie projektanci z Polski, co promuje tym samym markę oraz rodzime wzornictwo. Stawiamy na precyzję wykonania i możliwości kompozycji zestawów naszych mebli, najważniejszą wartością naszych mebli jest ich modułowość. W ciągu 5 lat działalności na rynku, Modulio zyskało zaufanie wielu klientów, a z częścią z nich nawiązaliśmy stałą współpracę. Nasze meble wyróżnia estetyka oferowanych produktów oraz szczególna dbałość o jakość wypożyczanych mebli i materiałów z których są wykonane. Wynajmujemy wyłącznie oryginalne meble, Modulio nie wykorzystuje podróbek ani mebli „inspirowanych”. Nasza oferta skierowana jest głównie na wydarzenia związane z kulturą, reklamą i filmem.



Modulio

ul. Przecławaska 1, 03-879 Warszawa
tel.: 666 025 926
hello@modulio.pl



NAJCZĘŚCIEJ POLECANA WYPOŻYCZALNIA MEBLI W POLSCE!*

Od blisko 10 lat wypożyczamy meble na różnego rodzaju wydarzenia i eventy. Dbamy o komfort, wygodę i bezpieczeństwo dostarczając design na najwyższym, światowym poziomie. Stale się rozwijamy także w sektorze usług. Wprowadziliśmy specjalną ofertę SET DESIGN dedykowaną pod wydarzenia online, wdrożyliśmy wszystkie standardy bezpieczeństwa, aby zapewnić komfort na najwyższym poziomie. W 2018 roku stworzyliśmy w ramach naszych struktur markę Rent Design Wedding. To linia produktów dedykowana specjalnym wydarzeniom skierowana głównie do klientów indywidualnych i Wedding Plannerów. W 2019 roku powstała platforma sprzedażowa Buy Design oferująca zakup designerskich mebli w atrakcyjnych rynkowo cenach. Dotychczas jako jedyna wypożyczalnia mebli w Polsce otrzymaliśmy nagrodę MP POWER AWARDS 2019. Nasze krzesła zostały wyróżnione w kategorii narzędzie organizatora.
*1 miejsce w rankingu „Polecam nie polecam”.



Buy
DESIGN

**RENT
DESIGN**
WEDDING

Rent Design Sp. z o.o.

ul. Ożarowska 40/42, 05-850 Duchnice

tel.: 696 471 949, 665 822 422

rent@rentdesign.pl

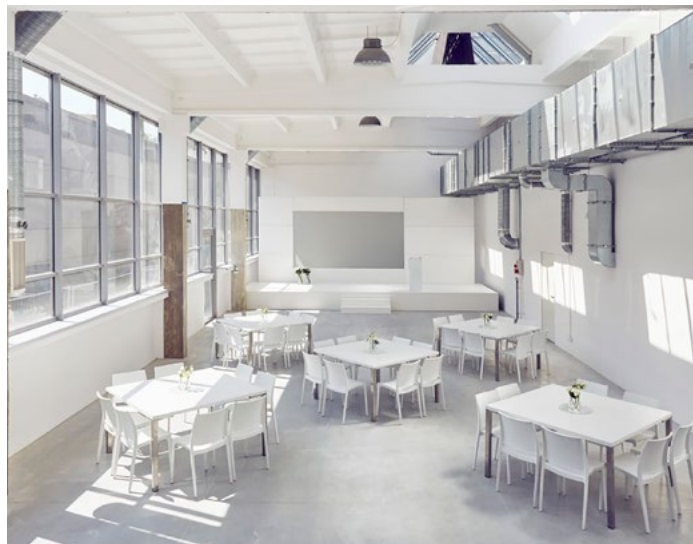
SPICE for SPACE

WYNAJEM, KTÓRY ZMIENIA WSZYSTKO!

Świetny design, meble multimedialne i modułowe. Zaprojektowane tak, że doskonale łączą się ze sobą. Wiele z nich dostępnych jest w Polsce wyłącznie u nas. Z nami design jest jak przyprawa: zmienia wszystko!

SPICE for SPACE to więcej niż wynajem mebli. W naszej ofercie znajdziesz też akcesoria, meble multimedialne i modułowe scenografie. A każdemu wynajmowi towarzyszyć może aranżacja przestrzeni, indywidualny projekt scenografii, wizualizacje 3D i nasza wspólna praca nad pomysłem. Jesteśmy po to, by przestrzeń opowiadała Twój pomysł na event. Możemy więcej. A jeśli potrzebujesz po prostu kilkuset krzeseł, neonów led czy mównicy multimedialnej, nadal jesteś we właściwym miejscu.

W katalogu SPICE for SPACE znajdziesz wszystko, czego zwykle potrzebujesz i sporo więcej. SPICE for SPACE to twój pierwszy wybór na południu Polski. Teraz daj się zaskoczyć także w innych lokacjach!



SPICE for SPACE

ul. Ślusarska 9, 30-710 Kraków
tel.: 600 428 103 (Danka), 608 320 111 (Piotr)
kontakt@spice4space.pl

ukoo

Wynajem i sprzedaż:

601 449 999

www.ukoo.pl

NAMIOTY Z EFEKTEM „WOW”



Namioty stretch idealne na:

- imprezy firmowe
- wydarzenia kulturalne
- festiwale i festyny
- imprezy sportowe
- filmy
- wielkie otwarcia
- śluby i wesela
- prywatne przyjęcia
- eventy małe, duże i bardzo duże





WYPOŻYCZALNIA MEBLI EVENTOWYCH

Star Event to innowacyjna firma działająca w branży eventowej. Urządzając z nami wydarzenie, konferencję czy spotkanie reklamowe, dostajesz gwarancję, że jej atmosfera na długo zostanie w pamięci gości.

Aranżacje meblowe, jakie tworzymy, sprawiają, że każdy uczestnik wydarzenia może poczuć się jak VIP. Według naszej filozofii, wydarzenia to doświadczenia – przykładamy wagę do tego, by doznania ich uczestników były warte wspomnień!

By zapewnić najwyższy standard usług od złożenia zamówienia aż po jego realizację, oferujemy: wizualizacje 3D, branding mebli oraz porady naszych ekspertów. Obsługujemy wydarzenia na terenie całej Polski i Europy, 7 dni w tygodniu, 24h na dobę. Star Event – Twoja wypożyczalnia!



Star Event

ul. Środkowa 29a, 05-816 Opacz – Kolonia, Warszawa
tel.: 730 360 700
biuro@starevent.pl

MojeKonferencje.pl

portal konferencyjny nr 1 w Polsce

Portal nr 1

wg. Raportu "Rynek
obiektów konferencyjnych
w Polsce"

Google
najwyższe pozycje

Adwords
intensywne kampanie

16 000
użytkowników
miesięcznie

10 lat
na rynku

Patronaty
imprez branżowych

3 500
obiektów w bazie

60 000
odstón miesięcznie

MojeKonferencje.pl

ul. Garbary 5/7, 61-866 Poznań
61 677 24 90, marketing@mojekonferencje.pl

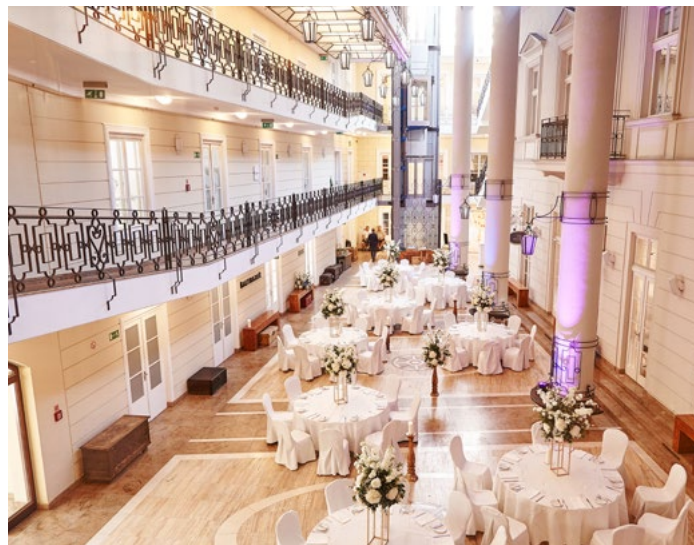
RESTAURACJA
AleGloria
mopole Gesler

*Patio Domu
Dochodowego*

WYJĄTKOWA PRZESTRZEŃ NA WIELE OKAZJI

Zapraszamy do organizacji spotkań o charakterze biznesowym, towarzyskim oraz rodzinnym we wnętrzach restauracji AleGloria oraz imponującym Patio Domu Dochodowego.

Restauracja „AleGloria” zlokalizowana jest w centrum Warszawy na Placu Trzech Krzyży w XVIII-wiecznych podziemiach odrestaurowanej, zabytkowej kamienicy zwanej Domem Dochodowym o Trzech Frontach. 5 sal restauracji oraz piękne Patio Domu Dochodowego, które znajduje się wewnątrz kamienicy to idealne miejsce na organizację uroczystych gali, przyjęć koktajlowych, eventów firmowych czy koncertów. Unikatowe wnętrza, dekoracje oraz aranżacja sal tworzą bajkową, nastrojową przestrzeń, która w zależności od aranżacji scenograficznej i okazji mpozwała zorganizować spotkanie maksymalnie dla 500 gości.



Restauracja AleGloria

Plac Trzech Krzyży 3, 00-535 Warszawa

tel.: 22 584 70 80

alegloria@alegloria.pl

BELVEDERE
RESTAURACJA

MIEJSCE, KTÓRE ZACHWYCA

Belvedere to restauracja otoczona malowniczą sceną Łazienek Królewskich. Kameralna atmosfera miejsca i unikatowy design wnętrza, zaprojektowanego w 2014 roku przez scenografa Opery Narodowej – Borisa Kudlicę tworzą wyjątkową oprawę dla każdego wydarzenia. Nowatorska interpretacja kuchni europejskiej w aranżacji Tomasza Łagowskiego, Executive Szefa i Łukasza Guzińskiego, Szefa Kreatywnego to autorskie i autentyczne doświadczenie kulinarne łączące w sobie tradycję z najnowszymi trendami światowej gastronomii. Dania wyróżniają się nie tylko wyjątkowym smakiem, ale odzwierciedlają także charakter eventu, w harmonii z resztą aranżacji. Restauracja Belvedere to pierwszy wybór dla wszystkich poszukujących unikalnej przestrzeni, w wyjątkowym otoczeniu dla niecodziennych wydarzeń, gdzie emocje i zachwyty pozostają na długo w pamięci zaproszonych Gości.



Restauracja Belvedere

ul. Agrykoli 1 (wjazd od ul. Parkowej), 00-460 Warszawa

eventy: tel: 22 55 86 742-4, restauracja@belvedere.com.pl

a'la carte: tel: 22 55 86 701, rezerwacja@belvedere.com.pl



FHOUSE WARSZAW – EVENTY W NAJLEPSZYM STYLU

FHouse Warsaw to unikalne miejsce łączące w wyjątkowej oprawie kulturę, modę, muzykę, rozrywkę i biznes.

Czteropiętrowy lokal na ul. Foksal 19 w Warszawie to scena dla audiowizualnych wydarzeń muzycznych, artystycznych, pokazów mody, wernisaży, imprez firmowych i kameralnych spotkań biznesowych. Zajmiemy się kompleksową organizacją i realizacją nawet najbardziej wymagających koncepcji eventowych.

FHouse to doskonała kuchnia, znakomite zaplecze techniczne, najwyższej klasy design i profesjonalna obsługa.



FHOUSE WARSZAW

ul. Foksal 19, 05-800 Warszawa

tel.: 535 679 469

eventy@fhousewarsaw.com

SaleBiznesowe.pl

konferencje, bankiety, imprezy firmowe

sale biznesowe, hotele konferencyjne

szukaj

dodaj obiekt

www.SaleBiznesowe.pl



PRZESTRZEŃ IDEALNA NA KAŻDY EVENT

Jesteśmy jednym z największych centrów rozrywki w Polsce. Zapewniamy warunki niezbędne do organizacji każdego eventu.

Na blisko 6500 m² powierzchni znajdują się:
dwie nowoczesne sale konferencyjne | parkiet | dwie kameralne sale VIP | antresola | bowling i bilard | restauracja | ogródek zewnętrzny z placem zabaw | plac zabaw z trzema strefami dla dzieci | 3 bary | bezpłatny parking na terenie nieruchomości - 450 miejsc postojowych. Wszystkie sale są klimatyzowane oraz wyposażone w urządzenia audiowizualne. Oferujemy pełny zakres usług cateringowych, a nasz zespół pomoże skomponować menu idealnie dopasowane do potrzeb Gości. Jesteśmy w stanie zorganizować event do 3000 osób. W naszym portfolio są imprezy integracyjne, konferencje, szkolenia, warsztaty, koncerty czy prezentacje produktów.



Hulakula Rozrywkowe Centrum Miasta

ul. Jagiellońska 82b, 03-301 Warszawa
tel.: 22 182 80 23, 22 182 80 24, 22 182 80 25
eventy@hulakula.com.pl





ODKRYJ NAJBARDZIEJ MAGICZNE MIEJSCE NA ŚLĄSKU!

Legendia Śląskie Wesole Miasteczko to jedyne takie miejsce w południowej Polsce i największy park tematyczny w kraju. Na 26 ha zlokalizowanych jest ponad 40 atrakcji, w tym dziecięcych, rodzinnych oraz ekstremalnych. Zabawa w Legendii to idealna propozycja nie tylko dla klientów indywidualnych, ale także dla firm i przedsiębiorstw. Imprezy integracyjne, eventy, pikniki firmowe czy spotkania biznesowe w wyjątkowej atmosferze naszego parku z pewnością na długo zapadną w pamięć Państwa klientom i pracownikom! Legendia dysponuje bogatym zapleczem gastronomicznym. Na uwagę zasługuje klimatyczna Oberża Lecha mogąca pomieścić nawet 300 gości. To doskonałe miejsce do organizacji spotkań biznesowych, firmowych kolacji, konferencji i imprez okolicznościowych. Każda oferta, łącznie z menu i atrakcjami dodatkowymi, zostanie w pełni dopasowana do Państwa potrzeb. Masz własny pomysł lub pytania? Skontaktuj się z nami.



Legendia Śląskie Wesole Miasteczko

Plac Atrakcji 1, 41-501 Chorzów
tel.: 666 031 196
info@legendia.pl

AQUARIUS

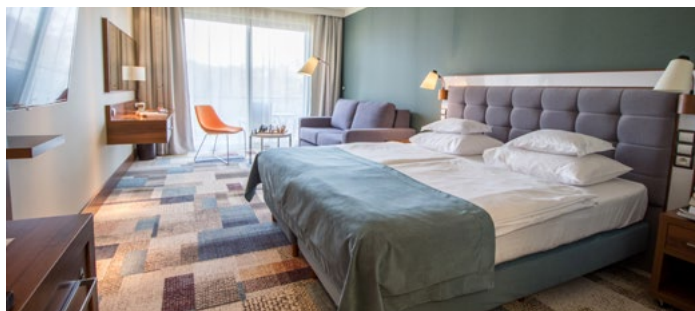
★★★★★

hotel spa & wellness

KONFERENCJE NAD MORZEM

Hotel AQUARIUS SPA***** to najbardziej kolorowy hotel nad Bałtykiem, położony zaledwie 280 metrów od szerokiej, piaszczystej plaży. Wyjątkową atmosferę tego miejsca zapewnia przestrzeń hotelu, która pozwala na swobodne funkcjonowanie przepełnione dyskrecją. Organizacja konferencji, szkolenia, eventu to więcej niż tylko spotkanie grupy ludzi. To doskonała okazja do budowania więzi, wymiana wiedzy i doświadczenia oraz kształtowania relacji biznesowych. Pracownicy Hotelu AQUARIUS SPA***** mają świadomość tego wydarzenia, dlatego oferują swoje doświadczenie, profesjonalizm i elastyczne podejście oraz doskonałe zaplecze konferencyjne.

Nasze atuty to: bliskość morza, indywidualny opiekun przez cały czas trwania konferencji, profesjonalna i pomocna obsługa, nowoczesne Centrum Kosmetyczne, miejsce rozrywki – Aquarius CLUB&LOUNGE oraz przestrzeń Aquacentr.



Hotel AQUARIUS SPA*****

ul. Kasprowicz 24, 78-100 Kołobrzeg

tel.: 94 353 65 14

konferencje@aquariusspa.pl



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Laguna I	83	70	50
Laguna II	100	100	70
Laguna III	100	100	70
Laguna IV	155	140	90
Panorama I	56	45	20
Panorama II	56	45	20
Panorama III	150	85	40

Noclegi: 612

Pokoje: 200

Parking: 120





TWOJA PRZYSTAŃ NAD MOTŁAWĄ

Hotel Almond to relaks i odprężenie, a także warunki do pełnego skupienia i efektywnej pracy. To nie tylko hotel, ale również kompleks konferencyjno-bankietowy, w którym można z powodzeniem poprowadzić ważne spotkania biznesowe, zorganizować konferencje, warsztaty, bankiety, czy pokazy mody. Nasze sale są w pełni konfigurowalne i bogato wyposażone w wysokiej jakości sprzęt multimedialny. Do dyspozycji naszych gości jest bezchlorowy basen, a także sauna parowa, fińska i jacuzzi. Bogata oferta masażu i zabiegów pozwoli kompleksowo zadbać o ciało, wyciszyć duszę i ukoić zmysły. Hotelowa Restauracja Magiel opiera swoją kuchnię na koncepcji live cooking, która zakłada przygotowywanie potraw na oczach Gości. Restauracja jest 2-piętrowa, a z jej okien rozciąga się wspaniały widok na Motławę.



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Szafran + Anyż	346	320	242
Szafran	193	210	132
Anyż	153	140	110
Kardamon	51	40	36
Cynamon + Imbir	75	35	36
Cynamon	45	35	24
Imbir	30	16	-
Wanilia	50	50	44
Studio Biznes	24	10	-

Noclegi: 200

Pokoje: 108

Parking: 40

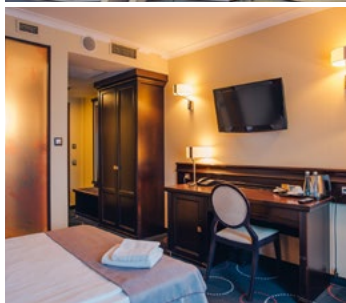


Hotel Almond Business & SPA
ul. Toruńska 12, 80-747 Gdańsk
tel.: 58 351 90 21
marketing@hotelalmond.pl



ZAPRASZAMY DO SERCA MIASTA GDAŃSK

Hotel Admiral umiejscowiony jest niemal w samym centrum starego miasta Gdańsk zaledwie kilka kroków od Motławy. Marynistyczny wystrój hotelu i kameralna atmosfera idealnie współgrają z wypoczynkiem na Pomorzu. Tylko u nas doświadczą Państwo unikalnego klimatu gdańskiej starówki, profesjonalnej i przyjemnej obsługi, wygodnego, przestrzennego pokoju, smaczkowej kuchni hotelowej restauracji, a także chwili relaksu w strefie rekreacyjnej. Wszystko to sprawi, że będą mieli Państwo niezapomniany pobyt. Hotel posiada również pomieszczenia przystosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych, a na terenie całego obiektu znajdują się strefy Internetu bezprzewodowego. Nasza działalność to jednak nie tylko noclegi. Posiadamy również w pełni wyposażoną, nowoczesną salę konferencyjną. Zapewniamy także wysokiej jakości cateringi na różnego typu uroczystości. Na miejscu dostępny jest parking w cenie 60 zł/dobę. Ponadto wszyscy nasi Goście mogą skorzystać z zabiegów kosmetycznych i masaży w hotelowym SPA.



Hotel Admiral ****

ul. Tobiasza 9, 80-837 Gdańsk
tel.: 58 320 03 20
marketing@admiralhotel.pl



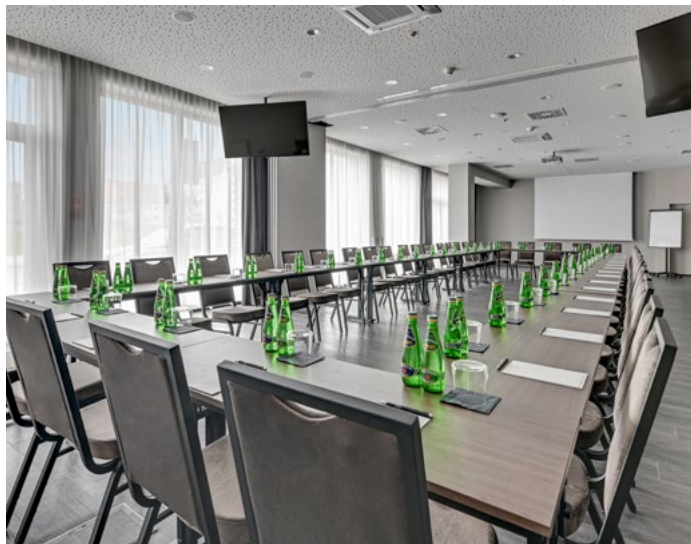
SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Restauracja	112	90	80
Konferencyjna	62	50	30
Bar	50	30	20
Noclegi: 78 Pokoje: 44 Parking: 8			





KOMFORT W NOWYM STYLU

Hotel Grano to luksusowy obiekt położony na Wyspie Spichrzów w samym sercu Gdańska. W budynku znajduje się 135 komfortowych pokoi. Hotel Grano to prawdziwa uczta dla zmysłów. Motywem przewodnim designu wnętrz są wino i kwiaty, które w połączeniu z najwyższej jakości materiałami sprawiają, że miejsce jest naprawdę wyjątkowe! Oprócz nowoczesnego wystroju w hotelu zastosowanych zostało wiele rozwiązań high-end. Strefa SPA & Wellness to przestrzeń stworzona do wypoczynku. Tutaj Goście mogą zaznać wyciszenia po intensywnym dniu pracy lub po prostu przyjść i znaleźć chwilę dla siebie. Stałych smakoszy tradycyjnych potraw czeka niejedno zaskoczenie w autorskiej restauracji Młyn. Szef kuchni zadbał o to, by zaserwować tradycyjne dania kuchni polskiej w nowej, oryginalnej wersji.

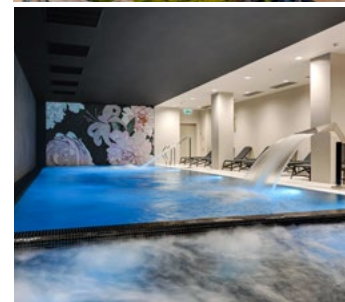


SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Irys	35	25	30
Piwonia	70	60	70
Lilia + Piwonia	110	100	100
Lilia	30	30	40

Noclegi: 264

Pokoje: 135

Parking: 36



Hotel Grano
ul. Pszenna 3, 80-749 Gdańsk
tel.: 58 670 38 00
hotelgrano@granohotels.pl



PRZYSTAŃ HOTEL&SPA

★★★★

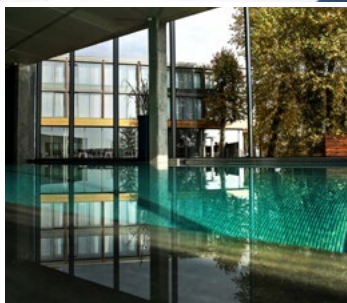
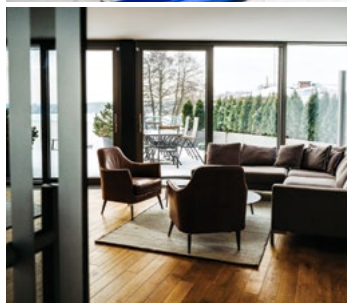
PRZYSTAŃ NA SPEKTRUM MOŻLIWOŚCI

Przystań Hotel&Spa to unikatowy mikroklimat i odżywcza bryza jeziora Ukiel. To przestrzeń do regeneracji bez poczucia odcięcia od świata. Wyśmienita kuchnia, relaks w strefie wellness, urok SPA to źródło pamiętnych emocji. Drogowa i kolejowa infrastruktura pozwala sprawnie dotrzeć na miejsce.

Hotel oferuje Gościom 14 komfortowych sal biznesowych. Multimadialne centrum o powierzchni 600 m daje możliwość organizacji spotkania dla 400 osób.

Smak eventowych spotkań to także wyjątkowa kuchnia dwóch restauracji. Menu Przystani pozwala poczuć regionalny klimat. Dania serwowane przez Restaurację Port to kulinarna podróż po świecie.

Najlepszą miarą wypoczynku grup jest komfort i relaks każdego uczestnika spotkania.



Przystań Hotel&Spa

ul. Żeglarska 4, 10-160 Olsztyn

tel.: 89 651 90 00

konferencje@hotelprzystań.com

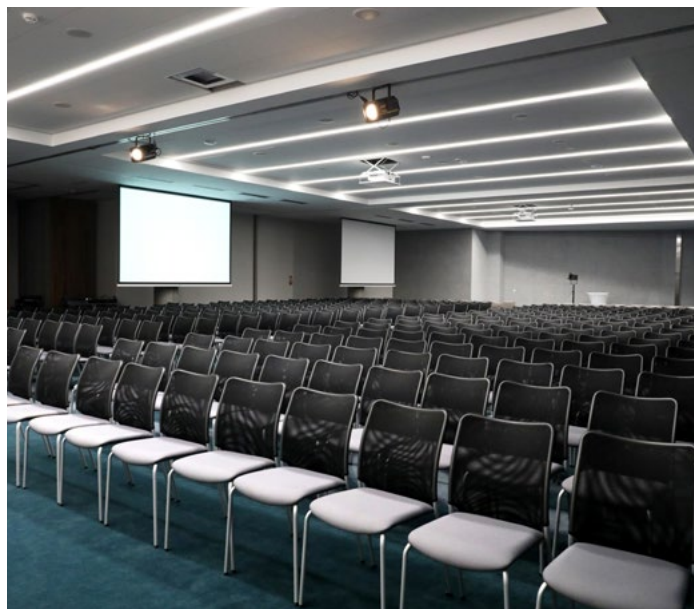


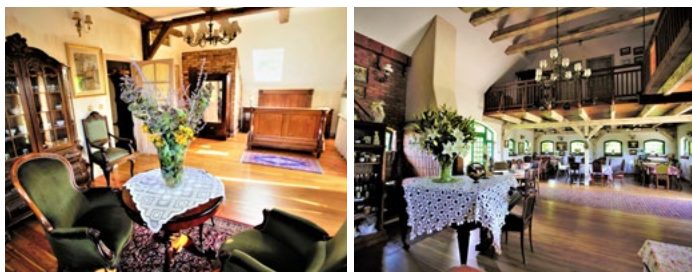
SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Fin 1+2+3	440	500	300
Fosa	52	30	20
A+B	172	150	80
Meeting Room	40	20	20
Obiekt 2	410	380	250
Club	130	180	100
Kapitańska	73	40	40
Malowana	45	30	20
Widok	40	20	20
Baramundi	132	80	60

Noclegi: 400

Pokoje: 151

Parking: 200





SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Dom Stołowy	100	80	70-80
Chata Welska	60	40	30
Sala Kameralna	30	25	20
Noclegi: 46 Pokoje: 23 Parking: 23			

Domy Konesera

Trzcin 81, 13-324 Trzcin

tel.: 511 332 400

repcja@domykonesera.pl

www.domykonesera.pl

Domy Konesera

MIEJSCE GDZIE ZATRZYMAŁ SIĘ CZAS

Stylowa agroturystyka. Pokoje rozlokowane w 6: domkach i chatkach, na terenie ok 14 ha w otoczeniu górzystego terenu Welskiego Parku Krajobrazowego, nie ustępującemu urodą włoskiej Toskanii. Pokoje z łazienkami wyposażone w autentyczne stare meble, lampy i bibeloty, książki. Wokół świeże powietrze, cisza, odgłosy natury sprzyjające wypoczynkowi słow, bez smogu i zgiełku.



 **PRZYSTAŃ
HOTEL&SPA**

Baza noclegowa i konferencyjna dla 450 osób.
151 pokoi i apartamentów.

19 sal konferencyjnych, największa 600 m²



Przystań Hotel & Spa *****
10-160 Olsztyn
ul. Żeglarska 4

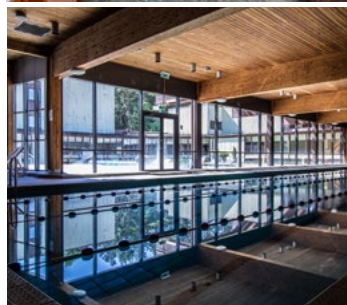
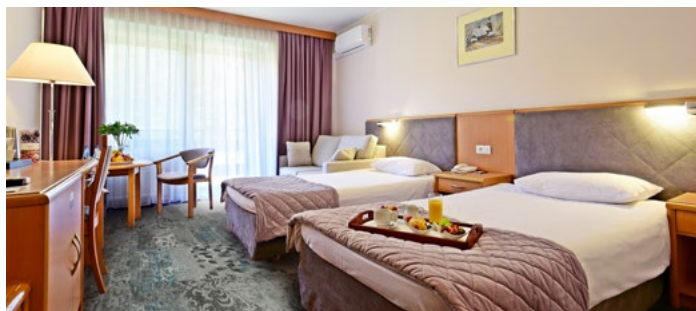
www.hotelprzystan.com



TWOJE KONFERENCJE Z WIDOKIEM NA MAZURY

Hotel Mrągowo Resort & SPA położony jest na Mazurach. Oferuje 212 pokoi z balkonem lub bezpośrednim wyjściem do ogrodu. Hotelowe restauracje z tarasem i widokiem na jezioro Czos, serwują bogate bufety oraz autorskie menu a la carte. Strefa SPA zachęca do korzystania z bogatej oferty zabiegów, masaży oraz basenów mineralnych, a strefa Wellness z basenu rekreacyjnego ze zjeżdżalnią, pływackiego, całorocznego jacuzzi zewnętrznego, sauny fińskiej i parowej oraz siłowni.

Hotel oferuje 6 nowoczesnych, klimatyzowanych sal z pełnym wyposażeniem, 4 sale szkoleniowe i pokoje dyskusyjne. W 2019 roku otwarta została nowa, wielofunkcyjna przestrzeń o pow. 525mkw. Na terenie hotelu znajduje się: kręgielnia, plaża z wypożyczalnią sprzętu wodnego, 7 ziemnych kortów tenisowych i 2 korty kryte, 2 boiska do piłki nożnej (w tym jedno kryte), mini golf, strefa zabaw dla dzieci (>300mkw).



Hotel Mrągowo Resort & Spa
ul. Giżycka 6, 11-700 Mrągowo
tel.: 89 743 31 32
konferencje@mragoworesort.pl



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Mazurska	175	140	80
Dylewska	175	140	80
Wigierska	175	140	80
Mazurska			
+ Dylewska + Wigierska	525	500	200-280
Piska	61	65	30
Borecka	71	75	35
Romincka	128	150	70
Piska + Borecka	260	320	120
+ Romincka			
Sala A, Sala B, Sala C	40, 34, 40	35, 35, 35	15, 10, 10
Sala EBR	10. 25	10. 12	10. 25

Noclegi: 600

Pokoje: 212

Parking: 212





DOGODNA
LOKALIZACJA
(przy autostradzie A1)



6 SAL
SZKOLENIOWYCH



INTEGRACJA
W PLENERZE



150 MIEJSC
PARKINGOWYCH



OK 150 MIEJSC
NOCLEGOWYCH



BASEN
& SPA



Kameralne
spotkania
i duże
eventy



HOTEL** PAŁAC ROMANTYCZNY**
Ul. Toruńska 1, Turzno
87-148 Łysomice
tel. 56 642 31 00
repcja@palac-romantyczny.com
www.palac-romantyczny.com

**NA HAŚŁO EVENT KATALOG - SPECJALNA OFERTA
PROMOCYJNA. SZCZEGÓŁY W RECEPCJI HOTELU.**



ZABYTKOWY DOM Z KLIMATEM

Warszawski Dom Technika jest obiektem zabytkowym, położonym w pobliżu warszawskiej Starówki. Z zewnątrz zachwycający ciekawą architekturą, w środku oferuje 6 sal konferencyjnych z pełnym wyposażeniem technicznym i audiowizualnym. Do dyspozycji oddajemy Dom historyczny, zaaranżowany w sposób sprzyjający event'om o różnej tematyce. Nasz doświadczony zespół zatroszczy się o każdy



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
sala A	362,45	450/260	200
sala B	153,5	200/120	80
sala C	75,5	70/50	40
sala E	55,2	60/40	30
sala F	42,9	50/30	30
sala a	21,4	15	15

Noclegi: -
 Pokoje: -
 Parking: -

Warszawski Dom Technika NOT Sp. z o.o

ul. T. Czackiego 3/5, 00-043 Warszawa

tel.: 22 336 12 23, 729 052 512

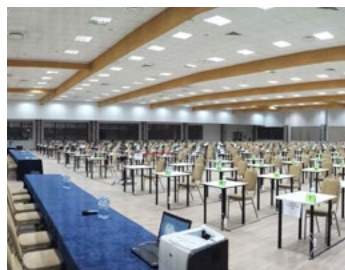
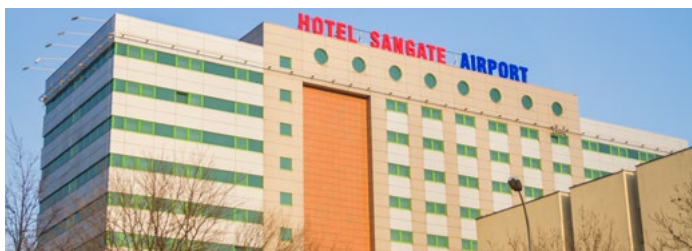
izabela.krasucka@wdtnot.pl

www.wdtnot.pl



SANGATE HOTEL AIRPORT – KONFERENCJE I BANKIETY

SANGATE HOTEL AIRPORT jest zlokalizowany w odległości 800 m od Portu Lotniczego im Fryderyka Chopina. Hotel dysponuje 340 pokojami oraz 17 salami o łącznej powierzchni 6000 m². Organizujemy konferencje do 2500 osób, duże bankiety do 900 osób jak również małe kameralne spotkania. Goście chwalą naszą kuchnię, szczególnie pyszne śniadania i doskonałą kawę.



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Perła	2250	2000	900
Kryształ, Cyrkonia	400	350	200
Diaament	180	150	90
Koral	280	250	200

Noclegi: 652
 Pokoje: 340
 Parking: 500

HOTEL SANGATE AIRPORT ***

ul. Komitetu Obrony Robotników 32, 02-148 Warszawa

tel.: 22 576 46 00

konferencje@sangate-hotel.pl

www.sangate-hotel.pl

HOTEL TOBACO

NAJLEPSZY HOTEL BUTIKOWY W POLSCE



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Złota A	61	42	30
Złota B	60	20	30
Złota A+B	121	20	60
Srebrna	51	26	30
Żółta	81	36	30
Zielona	54	30	30
Czerwona	32	18	-
Fioletowa	30	12	-
Niebieska	25	12	-

Noclegi: 186

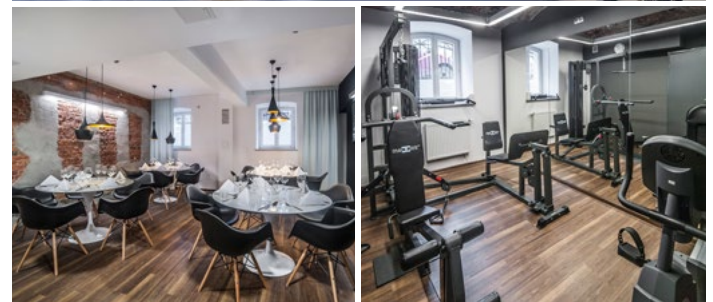
Pokoje: 115

Parking: 55



Hotel Tobaco to butikowy obiekt w centrum Łodzi. Hotel powstał w dawnej Fabryce Wełny Karla Kretschmera, która po I Wojnie Światowej stała się siedzibą Łódzkiej Wytwórni Papierosów. Tobaco to połączenie surowości industrialnej architektury z energetyzującymi, designerskimi wnętrzami oraz nowoczesnymi rozwiązaniami architektonicznymi. Dzisiaj obiekt oferuje 115 pokoi w siedmiu różnych kategoriach oraz 8 sal konferencyjnych od 25 do 120 m².

Wielokrotnie nagradzana hotelowa Restauracja u Kretschmera zabiera w kulinarną podróż do Łodzi Czterech Kultur. Oryginalny wystrój przenosi do czasów fabrykanckiej Łodzi i sprawia, że jest idealnym miejscem na degustację oraz imprezy firmowe i rodzinne. W karcie menu znajdują się dania inspirowane tradycyjną kuchnią polską, niemiecką, żydowską i rosyjską.



Hotel Tobaco Łódź

ul. Kopernika 64, 90-553 Łódź

tel.: 42 207 07 07

repcja@hoteltobaco.pl



CENTRUM BIZNESU I ROZRYWKI W LUBLINIE

Hotel Luxor & Atelia Centre zapraszają do największej sali bankietowo-konferencyjnej w Lublinie otwartej w 2017 roku. Tworzymy to miejsce dla ludzi, którzy cenią lekkość nowoczesnych przestrzeni połączonych z elegancją i aktualnymi trendami. Z zadowoleniem zorganizujesz tu event dostosowany do Twoich oczekiwań, doświadczysz doskonałej kuchni, profesjonalnego wykonania, wygodnej przestrzeni, jednocześnie będąc blisko lubelskiej natury. Nowoczesne zdobienia, przeszkłone, jasne, multi-medialne wnętrza, zielone tereny to nasz pomysł na Business & Pleasure.

Do Twojej dyspozycji oddajemy:

- Jasne, wysokie sale gotowe przyjąć do 1600 osób
- Zaplecze konferencyjne
- Luksusowe apartamenty i pokoje
- Tereny zielone dla aktywnego wypoczynku
- Restauracje z wysmienitą kuchnią
- Catering wyjazdowy realizowany w dowolnym wybranym przez Ciebie miejscu.



Hotel Luxor & Atelia Banquet & Catering Center

Al. Warszawska 175a, 20-824 Lublin

tel.: 887 185 185, 887 475 475

centrum@atelia.pl



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Business room	25	15	15
Restaurant	200	120	120
Patio	70	40	-
Banquete room	400	400	250
Lobby+Restaurant +Patio+ Banquete room	850	500	500
Atelia I	300	300	280
Atelia II	500	500	450
Atelia I +Atelia II + Antresole	1000	1000	1000
Forest Terrace	open space	40	100
Grand Club	100	50	50
Noclegi: 183 Pokoje: 62 Parking: 250			





Hotel Żubrówka

★ ★ ★ ★
Białowieża

Hotel Bliski Naturze



Regionalna kuchnia, eventy tematyczne oraz wyjątkowa Puszcza Białowieska.

Twój hotel, Twoje miejsce spotkań.

Hotel Żubrówka**** Białowieża

| www.hotel-zubrowka.pl |



HOTEL SZAFRAN★★★★

„DOM Z DAŁA OD DOMU...”

Hotel Szafran mieści się w Czeladzi w samym sercu Śląska i Zagłębia w pobliżu dużych arterii komunikacyjnych. Nowoczesna bryła skrywa przestronne i komfortowe wnętrza. Hotel posiada 115 wygodnych i doskonale wyposażonych pokoi w tym 7 apartamentów. Wszystkie pokoje mają dostęp do szybkiego bezprzewodowego internetu. Dzięki temu Hotel Szafran zapewnia idealne warunki do odpoczynku jak i do pracy. Hotel Szafran może pochwalić się wspólną Restauracją Szafranowy Dwór, która zachwyca wszystkich tych, którzy stawiają znak równości między kulinarnymi uniesieniami, a niepowtarzalną atmosferą odwiedzanego miejsca. Na terenie Hotelu znajduje się samoobsługowy Grill Bar. Jest to miejsce, gdzie samemu można skomponować menu. Hotel dysponuje również Centrum Konferencyjnym liczącym 8 sal mogących pomieścić nawet 400 Gości.



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Szafran 1 + 2	483	400	300
Szafran 1	320	300	200
Szafran 2	163	80	100
Cynamon	58	50	25
Kardamon	25	10	-
Chilli	25	12	-
Imbir	102	50	40
Wanilia	72	40	25
Rozmaryn	165	180	70

Noclegi: 250

Pokoje: 115

Parking: 160



Hotel Szafran****

ul. Będzińska 82, 41-250 Czeladź

tel.: 32 784 31 00

info@hotelszafran.pl



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Sala konferencyjna 1	25	20	1+2=30
Sala konferencyjna 2	35	30	-
Sala konferencyjna 3	90	90	60
Noclegi: 150 Pokoje: 64 Parking: 33			

Rezydencja Gubałówka

ul. Butorów 6, 34-511 Kościelisko

tel.: 18 532 50 00

repcja@rezydencjagubalowka.pl

www.rezydencjagubalowka.pl

REZYDENCJA



GUBAŁÓWKA

REZYDENCJA GUBAŁÓWKA – MAGICZNE MIEJSCE

Rezydencja Gubałówka położona jest na samym szczycie Gubałówki, z którego można podziwiać Panoramę Tatr. Obiekt oferuje 64 pokoje i apartamenty, 3 sale konferencyjne, Strefę Wellness, sale kominkową z lobby barem oraz Restaurację **Kiyrnicka by Sagała** z autorską kuchnią. To idealne miejsce na wszelkiego rodzaju eventy, kameralne spotkania a także outdoor w górach. To magiczne miejsce gdzie oderwiesz się od problemów i miejskiego zgiełku.



Hotel Gracja

ul. Dąbrowskiego 20B

66-400 Gorzów Wlkp.



Połącz nas
na Facebooku



www.HotelGracja.pl



Centrum Kongresowe Szczawnica
DWOREK GOŚCINNY

ponad 1000 m² powierzchni kongresowej w sercu Szczawnicy

Centrum Kongresowe Szczawnica-Dworek Gościnny | konferencje@thermaleo.pl | www.dworekgoscinnny.pl | [f/DworekGoscinnny](https://www.facebook.com/DworekGoscinnny)



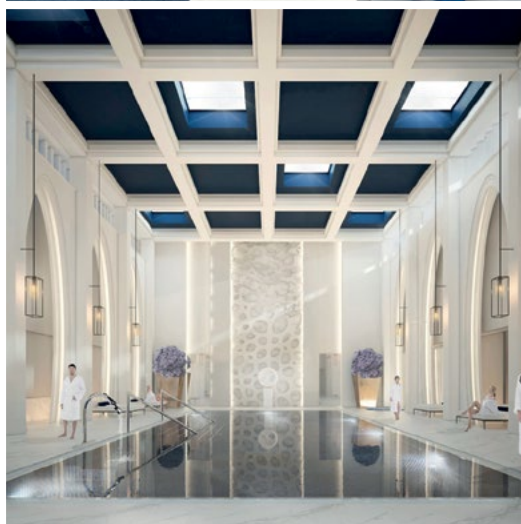
PIENINY GRAND

SZCZAWNICA

TWÓJ EVENT

W SERCU PIENIN

— otwarcie maj 2021 —



Pieniny Grand Szczawnica
konferencje@thermaleo.pl
www.pieninygrand.pl
[f/PieninyGrandSzczawnica](https://www.facebook.com/PieninyGrandSzczawnica)

obiekt znajduje się 200 m od
Centrum Kongresowego Szczawnica
Dworek Gościnny



ODETCHNIJ U ŹRÓDŁA NA 558 M N.P.M.

Hotel Żywiecki Medical Spa & Sport **** w Przyłękowie to znakomite miejsce do zorganizowania różnego rodzaju eventów na wysokości 558 m n.p.m.

Trzy wygodne i w pełni wyposażone sale konferencyjne, w tym jedna nowa zupełnie niezależna sala konferencyjno-bankietowa, to idealne przestrzenie na organizację konferencji, szkoleń i prezentacji, imprez integracyjno-szkoleniowych, przyjęć okolicznościowych czy też kameralnych spotkań.

Ponadto Hotel dysponuje: restauracją, basenem, strefą saun, zewnętrznym jacuzzi, wypożyczalnią quadów i własnym stokiem narciarskim.



Hotel Żywiecki Medical Spa & Sport ****

ul. Kępka 3, 34-331 Przyłęków

tel.: 33 506 50 80, 662 071 471

recepja@hotel-zywiecki.pl



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
VIP	20	10	10
Sala konferencyjna	87	85	40
Przyłąkówka	384	230	180

Noclegi: 90

Pokoje: 30

Parking: 100





CZARNY POTOK
RESORT SPA & CONFERENCE
★★★★

GÓRSKIE SZCZYT Y SATYSFAKCJI

Konferencje w górach sprawdzają się o każdej porze roku a pięknie położony Hotel Czarny Potok****, wyróżniony tytułem „Travellers 'Choice 2020 Best of the Best” to z pewnością numer jeden na liście każdego organizatora. Jest usytuowany w malowniczej beskidzkiej dolinie, nad bystrym górskim potokiem, u podnóża Jaworzyny w Krynicy Zdrój, zwanej również Krynica Górską. Hotel oferuje 236 wygodnych pokoi z dostępem do szybkiego Internetu oraz 3 przestronne sale konferencyjne z modułowym podziałem na mniejsze. Strefa SPA i Wellness to 13 gabinetów odnowy, sauny, łaźnie, jacuzzi, kriosauna i basen ze strefą relaksu. Wieczorne imprezy można zorganizować w Restauracji Chopin, JW. Clubie, kręgielni z barem lub chacie góralskiej z paleniskiem. Wiosną i latem do dyspozycji jest mini golf z 36 dołkami i prywatna plaża z baldachimami idealna na beach party. Lokalizacja hotelu zapewnia nieograniczone możliwości rekreacyjne o każdej porze roku a życzliwy personel i dedykowany opiekun gwarantują sukces każdego spotkania.

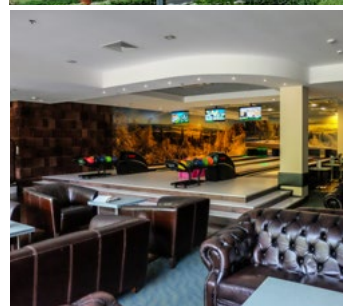


SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsc	BANKIET miejsc
Nubis (4 moduły)	267	280	100
Kwiatowa (2 moduły)	241	310	150
Jan III Sobieski (3 moduły)	196	210	120

Noclegi: 450

Pokoje: 236

Parking: 236



Hotel Czarny Potok Resort SPA & Conference****

ul. Czarny Potok 65, 33-380 Krynica-Zdrój

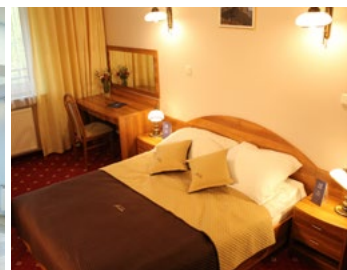
tel.: 18 530 30 01

konferencje@czarnypotok.com, rezerwacje@czarnypotok.com



KONFERENCJE Z AQUAPARK W CENIE POBYTU

Zespół Pensjonatów Antałówka to idealne miejsce do organizacji konferencji, dzięki możliwości korzystania ze strefy basenów i saun w oddalonym tylko 50 metrów Aqua Park Zakopane, to optymalne połączenie pracy i rekreacji w jednym miejscu. W pensjonacie znajduje się: zaplecze konferencyjne, restauracje, drink-bar, letni taras z widokowy oraz altana grillowa przygotowana pod imprezy plenerowe.



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Sala A	144	130	-
Sala B	90	70	-
Sala C	84	60	-
Sala Restauracyjna	-	-	100
 Noclegi: 144  Pokoje: 80  Parking: 70			

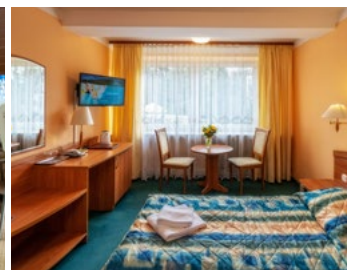
Zespół Pensjonatów Antałówka
ul. Wierchowa 2, 34-500 Zakopane
tel.: 18 202 01 36
antalowka@polskietatry.pl

www.antalowka-zakopane.pl



SZKOLENIA W OTOCZENIU PRZYRODY

Zespół Pensjonatów Dolina Białego to kompleks zlokalizowany w pobliżu Tatrzańskiego Parku Narodowego. Do dyspozycji: sale szkoleniowe, restauracje, basen, jacuzzi, fitness oraz zewnętrzna siłownia. Klienci biznesowi mają tu okazję połączyć pracę z aktywnym wypoczynkiem na świeżym powietrzu oraz relaksem w Aqua Park Zakopane, który przy pobycie minimum 2 doby otrzymują w cenie pobytu.



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Biały Potok/Pan Tadeusz	71/40	80/80	-
Telimena duża/mała	47/30	40/15	-
Telimena kominkowa	52	30	-
Sala Biały Potok	-	-	60
Sala Telimena/Tadeusz	-	-	50/30
 Noclegi: 164  Pokoje: 74  Parking: 74			

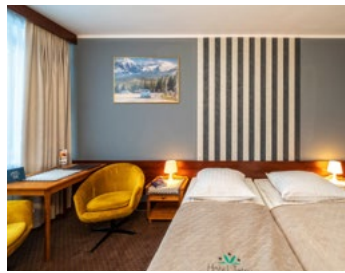
Zespół Pensjonatów Dolina Białego
Pensjonat Biały Potok, Telimena i Willa Pan Tadeusz
ul. Droga do Białego 7, 34-500 Zakopane
tel.: 18 202 01 35
bialypotok@polskietatry.pl

www.dolinabialego.pl



SPOTKANIA Z DAŁĄ OD ZGIEŁKU MIASTA

Hotel Tatra położony jest na wysokości 1105 m n.p.m. gdzie z dala od zgiełku miasta, w otoczeniu natury, można zorganizować wyjątkowe spotkania biznesowe. Do dyspozycji sala konferencyjna i kominkowa, drink-bar, restauracja, siłownia, sala fitness, sauna, 7-hektarowy teren zielony z boiskami i zadaszoną altaną grillową. Dodatkowo goście mogą skorzystać z usług Aqua Park Zakopane w cenie pobytu.



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Sala Tatra	117	80	-
VIP Room	21	15	-
Restauracja Tatra	212	-	120
Sala kominkowa	117	-	100

Noclegi: 104
 Pokoje: 50
 Parking: 50

Hotel Tatra

Małe Ciche 91, 34-531 Murzasichle
tel.: 18 207 70 11
repcja@hotel-tatry.pl

www.hotel-tatry.pl



**AQUA PARK
ZAKOPANE®**



**WODNE ATRAKCJE
W CENIE POBYTU**

www.polskietatry.pl



PLATINUM MOUNTAIN

Hotel & SPA

KOMFORTOWE EVENTY W KARKONOSZACH

Platinum Mountain Hotel & Spa to nowoczesny obiekt położony w Szklarskiej Porębie. Składa się z luksusowego hotelu 5-gwiazdkowego oraz apartamentowców o standardzie 4-gwiazdkowym.

Budynek wyróżnia się wyjątkową architekturą, łącząc w sobie funkcjonalność z alpejskim klimatem. Platinum Mountain Hotel & Spa jest świetnym punktem startowym dla wycieczek pieszych i rowerowych, a także bazą na realizację grupowe na terenie obiektu.

W okolicy znajduje się wyciąg na Szrenicę i blisko 12 kilometrów tras narciarskich. Spokój i cisza górskiej przyrody pozwala nie tylko odpocząć, ale i nabrać sił do podejmowania kolejnych wyzwań zawodowych. Na gości biznesowych czeka w pełni wyposażone zaplecze konferencyjne.

Do dyspozycji Gości oddajemy także Instytut Dr Ireny Eris, baseny, sauny oraz siłownię.



Platinum Mountain Hotel & SPA
ul. Kilińskiego 15 B, 58-580 Szklarska Poręba
tel.: 664 909 900
mice@platinum-mountain.pl



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Ametyst S1	75	30	40
Ametyst S2	76	55	50
Ametyst S3	95	80	60
Ametyst S4	58	70	30
Ametyst M12	152	145	80
Ametyst M34	154	155	90
Ametyst L123	248	250	150
Ametyst L234	231	220	150
Ametyst XL	310	350	200
Ametyst Premium	370	430	300

Noclegi: 980

Pokoje: 345

Parking: 366





NIESKOŃCZONE MOŻLIWOŚCI

Osada Śnieżka to obiekt o wyjątkowym charakterze, położony pośród karkonoskich łąk i lasów. Aż 7 hektarów terenu zielonego daje nieskończone możliwości aranżacji nietuzinkowej imprezy. Nie bez znaczenia jest także łatwy dojazd z Wrocławia, Poznania czy Warszawy, a także fakt, że Osada oferuje dodatkowo transfer z polskich i czeskich lotnisk. Świeże powietrze to naturalny atut tej miejscowości, a widoki na góry i pogórze z okien Osady Śnieżka to bardzo przyjemny dodatek do wydarzenia biznesowego czy integracji. Obiekt szczyty się wyjątkowo bogatymi bufetami oraz szerokim menu, stworzonym specjalnie z myślą o grupach biznesowych. Oferta rekreacyjna Osady obejmuje m.in. wypad na narty zjazdowe i biegowe, zarówno po polskiej jak i czeskiej stronie Karkonoszy, wspinaczka i ekscytujące wyprawy z przewodnikiem. Uczestnicy wydarzeń biznesowych, którzy wolą mniej aktywny odpoczynek, również znajdą coś dla siebie.



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Sala 1	90	80	50
Sala 2	78	60	50
Sala 3	54	20	30
Sala 1+2	168	200	150
Sala 1+2+3	300	250	170

 Noclegi: 1159

 Pokoje: 332

 Parking: 300



Osada Śnieżka

ul. Spacerowa 13, 58-508 Łomnica

tel.: 600 515 020

mice@osada-sniezka.pl





PAŁAC MAŁA WIEŚ – BIZNES Z HISTORIĄ W TLE

Pałac Mała Wieś otulony ogrodem o pow. 30 ha, dysponuje 54 pokojami, 12 salami o łącznej powierzchni ponad 1300 m² i ogromnymi możliwościami w sektorze MICE.

Organizujemy eventy, pikniki oraz ekskluzywne spotkania. Naszym gościom zapewnimy pyszną kuchnię, odpoczynek w strefie SPA



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Wielka Pompejańska	550	500	260/360
Klubowa	186	150	70/100
Szklarnia	203,5	150	100/140
Południowa	88	50	40
Poddasze	55,5	40	30
Warszawska	73	25	-
Noclegi: 138 Pokoje: 54 Parking: 150			

Pałac Mała Wieś

Mała Wieś 40, 05-622 Belsk Duży
tel.: 782 404 040, +48 332 26 70
biuro@palacmalawies.pl

www.palacmalawies.pl



KONFERENCJE I EVENTY FIRMOWE

- Blisko Autostrady A1
- Świetna Kuchnia
- Park Linowy
- 4 Wyposażone Sale
- Komfortowe pokoje z widokiem na park
- Strefa Wellness & SPA (basen, strefa saun, jacuzzi)
- Teren rekreacyjny przeznaczony na teambuilding



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Wodna	182	180	100
Parkowa	161	160	100
Pałacowa	64	50	40
Kominkowa	30	30	14
Noclegi: 120 Pokoje: 54 Parking: 50			

Hanza Pałac Wellness & SPA****

Rulewo 13, 86-160 Warlubie
tel.: 52 320 90 94
repcja@hanzapalac.pl

www.hanzapalac.pl



HOTEL DWÓR CHOTYNIA
Chotynia 96, 08-460 Sobolew
woj. mazowieckie
info: 603 32 00 00
marketing@chotynia.pl
www.dworchotynia.pl



Forbes
Rekomenduje



HOTEL
MAGAZYN **VIP**



HOTEL PAŁAC ŻAKÓW
Żaków 53, 05-332 Siennica
woj. mazowieckie
info: 663 44 44 43
marketing@palac-zakow.pl
www.palac-zakow.pl



Forbes
Rekomenduje



HOTEL
MAGAZYN **VIP**



30 LAT
DOŚWIADCZENIA

WYŁĄCZNY IMPORTER
I DYSTRYBUTOR WIN
JAKOŚCIOWYCH

wine4you[®]

INFOLINIA:
663 444 444

UL. OKULICKIEGO 19
05-500 PIASECZNO K/WARSZAWY
INFO@WINE4YOU.PL
WWW.WINE4YOU.PL



#NIE ODWOŁUJ - PRZESIEŃ EVENT DO ŚWIATA DIGITAL

Jesteś organizatorem wydarzenia, które w obecnej sytuacji nie może się odbyć w najbliższym czasie? Przenieś doświadczenia offlinowe 1 do 1 do świata cyfrowego.

Digital Knowledge Village, gdzie mieści się nasze Digital Space, to jedno z najbardziej innowacyjnych miejsc w Warszawie dedykowanych każdemu eventom.

Do dyspozycji uczestników zostały oddane nowoczesne sale, w tym studio eventowe, które ma 330 mkw powierzchnię i 7 m wysokości, studia digitalizacji wiedzy, 4 studia nagraniowe.

Jako jedni z pierwszych w Polsce, wprowadzaliśmy webinary i transmisje online. Rezultaty naszej pracy można znaleźć w **19 krajach**, a w sumie mamy na koncie prawie **3 tysiące realizacji**.



Digital Knowledge Village

ul. Puławska 457, 02-844 Warszawa

tel.: 22 314 14 14

info@knowledgevillage.pl



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
DKV Całość	330	330	180
2 Sale (DK lub KV)	220	220	120
1 Sala (D, K lub V)	110	110	60
Difda	54	40	30
Kaliopie	54	40	30
Virgo	54	40	30
Chroma Key	80	-	-
Studio podcast	75	-	-
Studio UXLAB	60	-	-
Studio GREENBOX	24	-	-
Studio GREENBOX	24	-	-

Noclegi: -

Pokoje: -

Parking: 100



kbf:

operator ICE Kraków



KRAKÓW
CONGRESS
CENTRE

LET'S INSPIRE YOUR EVENT. TOGETHER.



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Audytoryjna (S1)	340	1915	-
Teatralna (S2)	294	594	220
Kameralna (S3)	500	400	300
Zespół Sal Konferencyjnych (S4)	500	400	312

Noclegi: -

Pokoje: -

Parking: 335



Centrum Kongresowe ICE Kraków to biznesowa i kulturalna wizytówka Krakowa. Potwierdzeniem tego jest nie tylko frekwencja podczas organizowanych w obiekcie imprez oraz ich liczba (1 200 000 gości i 1000 wydarzeń w ciągu pierwszych 5 lat działalności), ale także liczne referencje klientów – zarówno krajowych, jak i zagranicznych. Obiekt czterokrotnie został wyróżniony nagrodą Meetings Star Award dla najlepszego centrum kongresowego Nowej Europy (I miejsce w latach: 2015 i 2016, II miejsce w roku 2017, III miejsce w roku 2018), a także otrzymał Złoty Certyfikat Jakości I Meetings Star Award 2019.

ICE Kraków to multi venue, które zaadaptowało się do nowej rzeczywistości i obowiązujących przepisów sanitarnych, tworząc bezpieczną przestrzeń dla uczestników każdego rodzaj eventów. Obecnie z sukcesem łączy światy offline i online dzięki profesjonalnemu studiu nagrań dla wydarzeń hybrydowych.



ICE KRAKÓW

ul. Marii Konopnickiej 17, 30-302 Kraków

tel.: 12 354 23 00

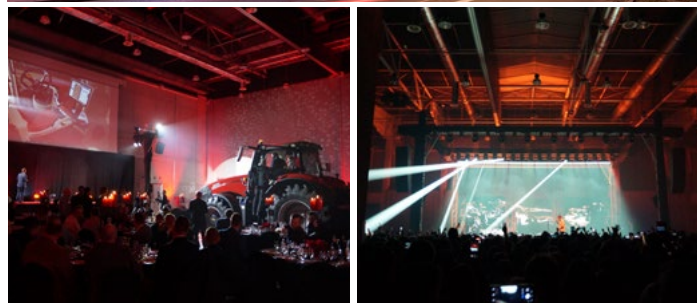
office@icekrakow.pl



CWK OPOLE - JEDYNE TAKIE CENTRUM W REGIONIE

Centrum Wystawienniczo-Kongresowe w Opolu to nie tylko uznane miejsce na eventowej mapie Opolszczyzny, ale także jej biznesowa i kulturalna wizytówka. Nowoczesny i wielofunkcyjny obiekt, doskonale zlokalizowany i przygotowany na realizację niemal każdego wydarzenia. Dzięki systemowi mobilnych, w pełni dźwiękoszczelnych ścian, umożliwiamy aranżację przestrzeni w taki sposób, aby odpowiadała ona organizowanym wydarzeniom.

Szukasz miejsca, dzięki któremu zorganizujesz niezapomniane targi, konferencje różnego rodzaju eventy? Skorzystaj z możliwości CWK Opolu! Całkowita powierzchnia użytkowa hali wynosi aż 2500 m², sala konferencyjna daje możliwość organizacji wydarzenia na 217 m², a co więcej do dyspozycji pozostaje 23.000 m² terenu zewnętrznego.



Centrum Wystawienniczo-Kongresowe w Opolu

ul. Wrocławska 158, 45-835 Opole

tel.: 77 446 16 80

info@cwkopole.pl



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Hala wystawiennicza + foyer	2500	2250	830
Hala wystawiennicza	1400	1260	460
Sala konferencyjna A, B, C	73	50	18
Sala konferencyjna A+B+C	217	200	73
Powierzchnia zewnętrzna	23 000	-	-

 Noclegi: -

 Pokoje: -

 Parking: 320

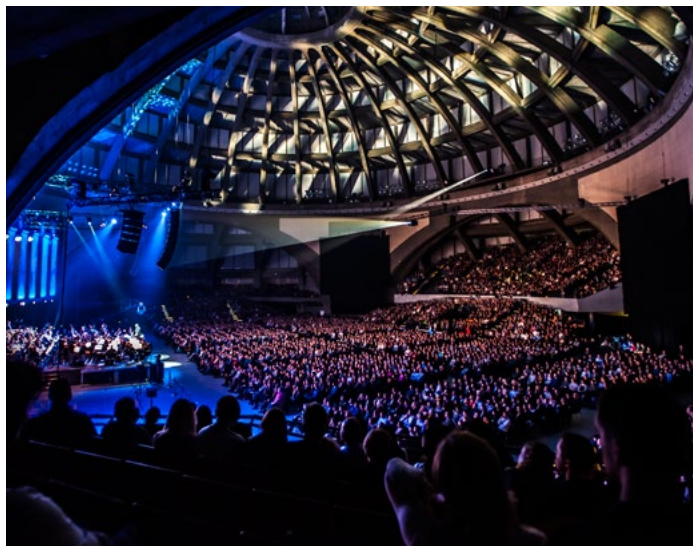


Hala Stulecia

Centennial Hall
Jahrhunderthalle

NIEPOWTARZALNE MIEJSCE SPOTKAŃ

Hala Stulecia wraz z Wrocławskim Centrum Kongresowym, Pergolą, Fontanną Multimedialną, Placem pod Iglicą i otaczającymi je terenami zielonymi stanowi niepowtarzalne miejsce spotkań. W 2006 r. obiekt został wpisany na prestiżową Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO jako wyjątkowe osiągnięcie w dziedzinie architektury. Kompleks Hali Stulecia to wrocławskie serce branży spotkań, gdzie od ponad 100 lat odbywają się wszelkiego rodzaju wydarzenia kulturalne, sportowe i biznesowe. Jest także jednym z najchętniej odwiedzanych przez turystów miejsc we Wrocławiu i na Dolnym Śląsku. Oferta kompleksu skierowana jest do organizatorów kongresów, konferencji, spotkań biznesowych, koncertów, bankietów, targów oraz wydarzeń sportowych. Zespół pracowników Hali Stulecia zapewnia organizację i obsługę na najwyższym poziomie.



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Hala Stulecia			
Płyta Główna	3700	5514	1200
Sala Cesarska	300	270	90
Wrocławskie Centrum Kongresowe			
Sala Audytorijna	836	989	-
Sala Wielofunkcyjna	694	650	370
Sale konferencyjne A-D	162/177	150	-
Sale Spotkań	26,5/28,5	20	-
Salon VIP	50	10	-
Taras Kryty	388	-	-
Taras Widokowy	347	-	-
Foyer	345	-	-

 Noclegi: -

 Pokoje: -

 Parking: 800



Wrocławskie Przedsiębiorstwo Hala Ludowa Sp. z o.o.

ul. Wystawowa 1, 51-618 Wrocław

tel.: 513 041 984, 71 347 50 13

sprzedaz@halastulecia.pl

SPOTKAJMY SIĘ W TORUNIU!

CKK Jordanki zachwycą architekturą i nowatorskimi rozwiązaniami technicznymi. Ceglane pikado nawiązuje do znajdującej się tuż obok toruńskiej starówki. Piękna przestrzeń to nie wszystko. Nasz sprawdzony zespół zadba, aby każde wydarzenie wypadło idealnie!

Do dyspozycji oferujemy dwie nowoczesne sale koncertowe (z możliwością połączenia), w tym salę kinową, trzy poziomy foyer, sale konferencyjne, profesjonalny press room, a nawet Scenę Plenerową. Obiekt wyposażony w system mobilnych widowni, umożliwia organizację dużych targów, konferencji, również na płaskiej podłodze. Do dyspozycji gości dostępna jest restauracja z iście artystycznym menu oraz parking podziemny. Liczne ciągi komunikacyjne i dobrze zaplanowana przestrzeń sprzyjają organizacji bezpiecznych eventów, uwzględniających obostrzenia sanitarne wprowadzone na czas pandemii.



Centrum Kulturalno-Kongresowe Jordanki Sp. z o.o.

Aleja Solidarności 1-3, 87-100 Toruń

tel.: 516 277 831, 56 643 19 20

biuro@jordanki.torun.pl



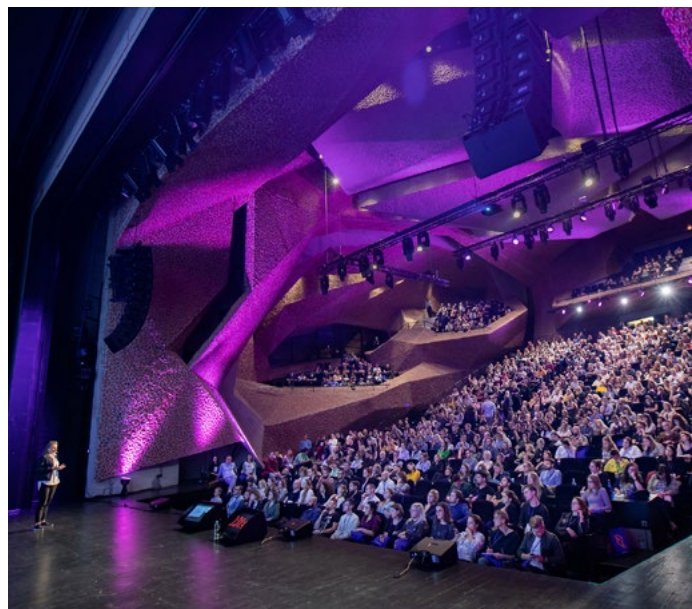
Fot. Patryk Lewiński

SALA nazwa	POWIERZCHNIA m²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Koncertowa*	1012	882	450
Kameralna*	215	287	220
Sale konferencyjne	od 45 do 210	do 125	do 70
Press room	50	18	-
Scena plenerowa	3500	-	-
Foyer (trzy poziomy)	1000	-	450
*połączone Sale Kameralna i Koncertowa	1227	1169	550

 Noclegi: -

 Pokoje: -

 Parking: 185





MIASTO
TORUŃ

Toruń to urokliwe miasto, położone w sercu kraju z bezpośrednim dostępem do autostrady A1.

Toruń zachwyca piękną starówką, wpisaną na Listę UNESCO i nowoczesnymi obiektami. To magiczne miejsce z bogatą historią pisaną przez jego mieszkańców. Toruń porusza!



visittorun.com



CKK **JORDANKI** 
CENTRUM
KULTURALNO
KONGRESOWE

Centrum Kulturalno-Kongresowe Jordanki przyciąga gwiazdy. Na naszej scenie grali: Robbie Williams, Sting, Goran Bregović, Lisa Stansfield.

Obiekt położony w centrum Torunia, idealny dla branży spotkań, organizacji kongresów, targów i wydarzeń kulturalnych.

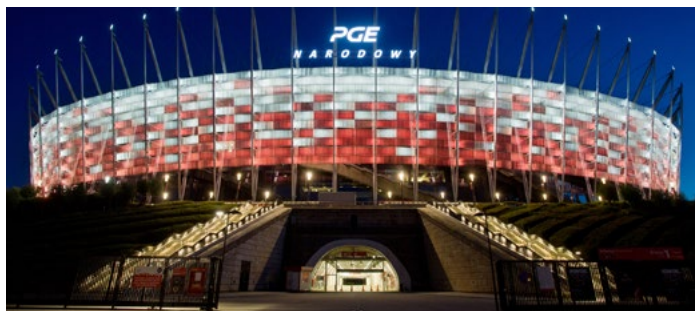


mice.jordanki.torun.pl



SPOTYKAJ SIĘ BEZPIECZNIE NA PGE NARODOWYM

PGE Narodowy to nie tylko sport i rozrywka. To także bezpieczny biznes. Obiekt udostępnia ponad 150 komfortowych przestrzeni, od 42 m² do 12 500 m², które można dowolnie zaaranżować zachowując najbardziej restrykcyjne zasady reżimu sanitarnego. Szerokie ciągi komunikacyjne stadionu zapewniają bezpieczną logistykę i swobodne przemieszczanie. Na potrzeby wydarzeń biznesowych udostępniane jest Centrum Konferencyjne z foyer o powierzchni ponad 4 200 m² oraz Biznes Klub i Galeria o powierzchniach 3 200 m². Na organizatorów kameralnych spotkań biznesowych czekają 62 łoże oraz liczne przestrzenie niestandardowe. Dużą przestrzeń, jaką oferuje PGE Narodowy to większe bezpieczeństwo, ograniczenie bezpośredniego kontaktu i komfort, który mogą zapewnić jedynie nieliczne obiekty w Polsce.



PGE Narodowy

Al. Ks. J. Poniatowskiego 1, 03-901 Warszawa
tel.: 22 295 95 55
sprzedaz@2012plus.pl



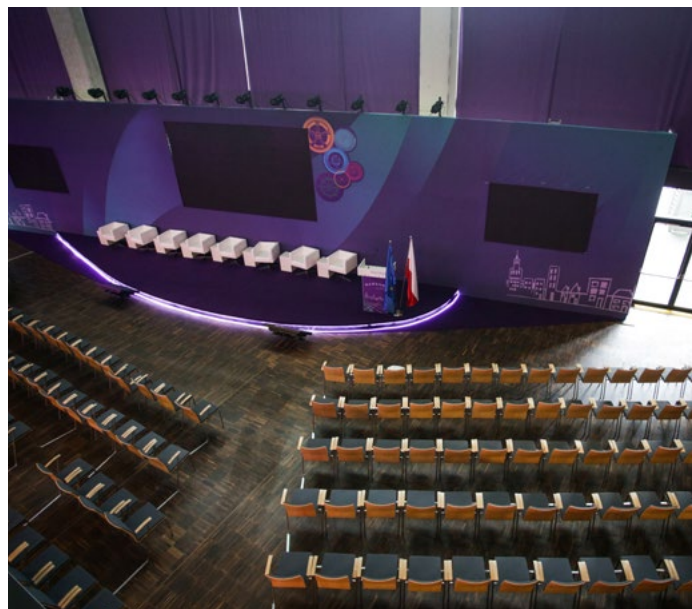
SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA* miejsca	BANKIET* miejsca
Biznes Klub	3200	1000	950
Galeria	3200	1000	760
Centrum Konferencyjne z foyer	4264	1700	1260
Łoża Platynowa	330	120	100
Łoża Biała	84	35	36
Łoża VIP standardowa	42	25	12
La Cantine	950	500	300
Stadium Media Center	2680	690	670
Sala Kinowa	350	178	-
Płyta stadionu	12 500	us. indywidualne	us. indywidualne

*Podane ilości nie obowiązują w reżimie sanitarnym związanym z COVID-19.

Noclegi: -

Pokoje: -

Parking: 3265





CENTRUM KONFERENCYJNE W SERCU ŚLĄSKA

Stadion Śląski jest jednym z najbardziej rozpoznawalnych obiektów sportowych w Polsce, to także największa arena lekkoatletyczna w kraju, największa otwarta scena muzyczna oraz nowoczesna arena piłkarska.

Stadion Śląski zlokalizowany jest na terenie największego parku w Europie. Na powierzchni blisko 3 500 m² usytuowane jest centrum konferencyjno-biznesowe z siedmioma dużymi salami wielofunkcyjnymi oraz z 24 mniejszymi salami VIP z widokiem na murawę Stadionu.

Stadion Śląski otrzymał najbardziej prestiżowe wyróżnienie w branży marketingu sportowego w Polsce - Nagrodę Biznesu Sportowego DEMES za rok 2018 w kategorii Obiekt Sportowy.

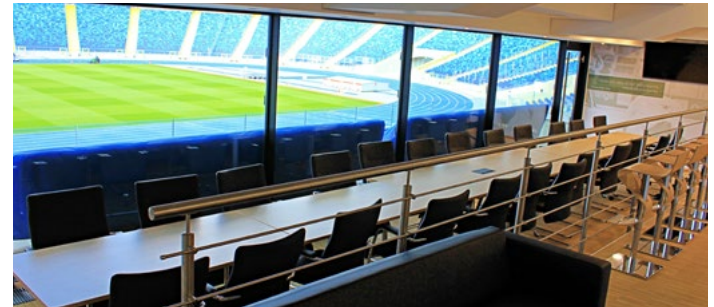


SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Centrum Konferencyjno-Biznesowe	1785	500	500
Konferencyjna 1	695	360	300
Konferencyjna 2	306	40	-
Konferencyjna 3	310	80	150
Konferencyjna 4	89	40	30
Konferencyjna VIP	83	26	20
Konferencyjna VIP x 23	33	12	8
Sala Sportowa 1	706	300	300
Sala Sportowa 2	306	80	150

Noclegi: -

Pokoje: -

Parking: 1000



STADION ŚLĄSKI Sp. z o.o.

ul. Katowicka 10, 41-500 Chorzów

tel.: 32 479 72 79-81

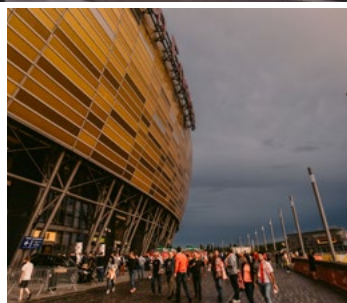
marketing@stadionslaski.pl





NAJWIĘKSZY BURSZTYN NA POMORZU

Stadion Energa Gdańsk, zwany bursztynowym Stadionem, uznawany jest za jeden z najpiękniejszych obiektów sportowych na świecie. Oprócz wydarzeń na przestrzeni murawy, daje możliwość organizacji różnorodnych eventów w części konferencyjno-biznesowej. Najemcy mają do dyspozycji 37 prestiżowych łóż VIP, reprezentacyjną salę Energa Club z widokiem na murawę, która pomieści nawet 1400 osób, Salę Pucharową i Ligową oraz szatnie piłkarskie, które również można wykorzystać w celach biznesowych czy korporacyjnych. Uzupełnieniem oferty Stadionu jest znajdująca się przy nim Fun Arena, największe centrum sportowo-rekreacyjne na Pomorzu. To wyjątkowe miejsce oferujące ciekawe formy spędzania czasu wolnego np. gokarty czy pokoje zagadek. Posiada atrakcje dla rodzin z dziećmi, firm czy grup zorganizowanych.



Stadion Energa Gdańsk
Arena Gdańsk Operator Sp. z o.o.

ul. Pokoleń Lechii Gdańsk 1, 80-560 Gdańsk
tel.: 58 768 84 78
convents@arenagdansk.com



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Energa Club	1 400	1000	600
Pucharowa	290	250	100
Ligowa	80	60	60
Turniejowa	36	20	10
Szatnia piłkarska	60	30	20
Sala treningowa	101	60	40
Łoża Bursztynowa	135	80	40
Łoża VIP 30m ²	30	10	10
Łoża VIP 60m ²	60	40	20

Noclegi: -

Pokoje: -

Parking: 2070





ARENA ZABRZE – WIĘCEJ NIŻ STADION

Bogata, nowoczesna infrastruktura pozwala nam na organizowanie eventów z każdej dziedziny: od konferencji i pikniku firmowego, po wesele i koncert. Naszym atutem jest specyfika miejsca oraz doskonałe skomunikowanie na skrzyżowaniu autostrad A1 i A4. Oferujemy obiekt pod wynajem lub kompleksową organizację wydarzenia, włącznie z obsługą gastronomiczną, rezerwacją hoteli oraz dodatkowymi atrakcjami. Zapraszamy do Zabrze - stolicy polskiej kardiologii i transplantologii, miasta podziemnych atrakcji pogórnich, festiwali i eventów.

KONFERENCJE
SZKOLENIA
WARSZTATY

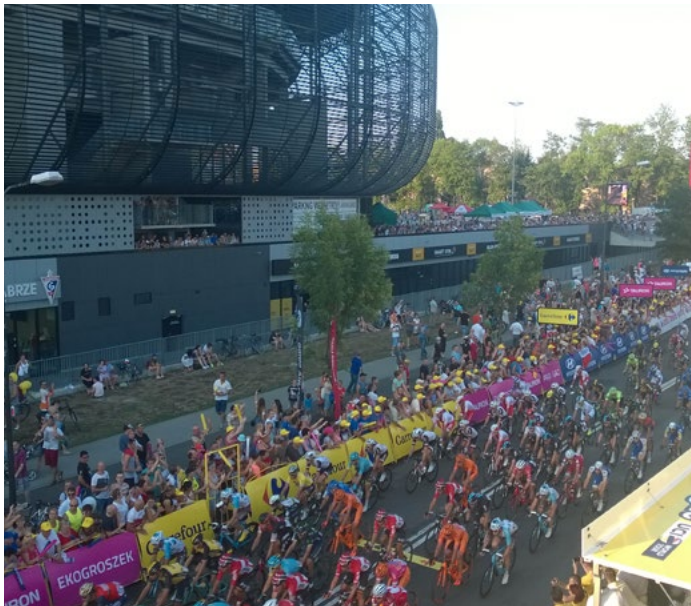
TARGI
KONCERTY
INTEGRACJE

SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Klub Biznesowy	522	250	200
Łoże	10 łóż x 30	10 łóż x 20	10 łóż x 12
Sala Konferencyjna	65	40	-
Sala Warsztatowa	32	20	-
Promenada Zewnętrzna	14 000	-	-
Promenada Wewnętrzna	10 000	-	-

 Noclegi: -

 Pokoje: -

 Parking: 1600



Arena Zabrze
ul. Roosevelta 81, 41-800 Zabrze
tel.: 32 438 63 00
biuro@arena-zabrze.pl



NIESKOŃCZONE MOŻLIWOŚCI

Arena Gliwice to jeden z największych i najnowocześniejszych obiektów widowiskowo-sportowych w Polsce. Od początku działalności w 2018 roku odbyło się tutaj ponad 260 wydarzeń, w których uczestniczyło ponad pół miliona osób. Dzięki zastosowaniu innowacyjnych rozwiązań technicznych i organizacyjnych można zorganizować tutaj nie tylko imprezy na dużą skalę, takie jak koncerty, imprezy sportowe czy targi, ale również mniejsze wydarzenia biznesowe: konferencje, kongresy, gale, imprezy firmowe.

W Arenie funkcjonuje również centrum konferencyjno-biznesowe. Obiekt dysponuje ośmioma funkcjonalnymi, w pełni wyposażonymi salami konferencyjnymi. Znajduje się tu również studio telewizyjne, które pozwala na organizację wydarzeń w formule hybrydowej. Profesjonalny zespół event managerów Areny Gliwice oferuje kompleksowe wsparcie na każdym kroku – od koncepcji do realizacji.



Arena Gliwice

ul. Akademicka 50, 44-100 Gliwice

tel.: 32 444 26 00

biuro@arenagliwice.com



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Gemini	170	140	70
Panorama	136	110	70
Maximus	190	150	80
Gremium	26	10	10
Patria	156	120	60
Imperium	270	220	120
Nox	100	100	40
Cogito	107	70	50

Noclegi: -

Pokoje: -

Parking: 800



MiejscaKonferencyjne.pl

Najlepsze sale konferencyjne i szkoleniowe

Kopalnia Soli Bochnia

EVENTY 250 METRÓW POD ZIEMIĄ

Kopalnia Soli Bochnia może pochwalić się wieloma możliwościami eventowymi. Zabytkowe wnętrza doskonale nadają się do organizacji wydarzeń biznesowych, kulturalnych i sportowych. Podziemia kopalni pozwalają w oryginalny sposób połączyć szkolenie, integrację, zabawę i wyprawę do niezwykłego miejsca. Z całą pewnością miejsce jest niezwykle, a wydarzenia biznesowe, edukacyjne czy kulturalne, które się tam odbywają zapadają w pamięci uczestników na długo. To zasługa unikatowej scenarii – solne podziemia stanowią znakomitą lokalizację na organizację bali i bankietów firmowych. Przestrzenie dobrze sprawdzają się również przy różnego rodzaju konferencjach, szkoleniach czy mniejszych spotkaniach biznesowych.



Kopalnia Soli Bochnia Sp. z o.o.
ul. Campi 15, 32-700 Bochnia
tel.: 14 615 24 66, 697 982 783
imprezy@kopalnia-bochnia.pl



SALA nazwa	POWIERZCHNIA m ²	KONFERENCJA miejsca	BANKIET miejsca
Konferencyjna Ważyn I	-	500	540
Konferencyjna Ważyn II	-	180	80
Konferencyjna Mysiurowa	-	-	30

Noclegi: -

Pokoje: -

Parking: 100



KOPALNIA SOLI

WIELICZKA



Poznaj tajemnice udanego eventu

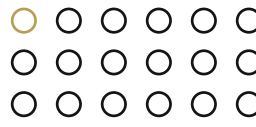
www.kopalnia.pl



SERIO.
studio projektowe



OPRAWA GRAFICZNA EVENTÓW I NIE TYLKO...



SERIO. ZADBAJ O WIZERUNEK SWOJEJ FIRMY

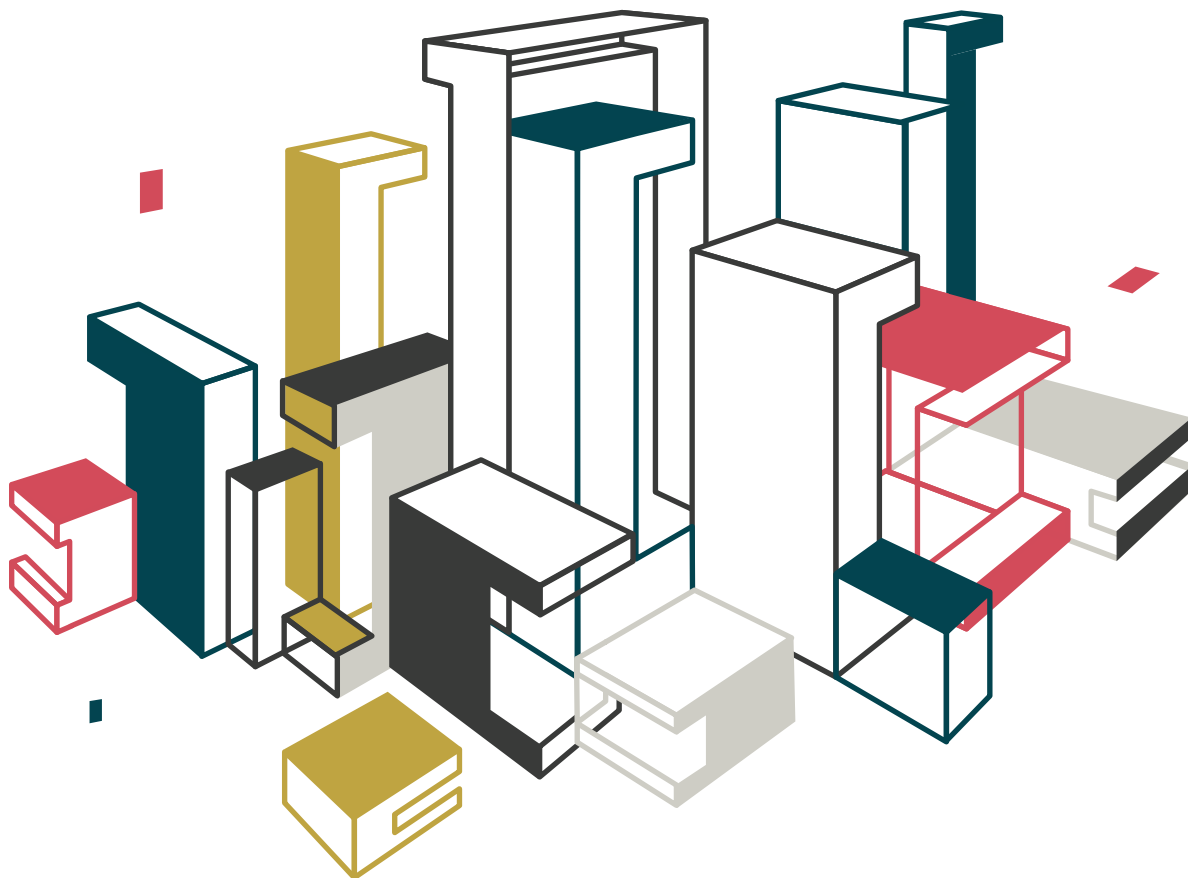
OBSŁUGUJEMY KOMPLEKSOWO



...

WWW.SERIOSTUDIO.PL

[{] event katalog plus



2020/2021

NAMIOTY Z EFEKTEM „WOW”



ukoo

Wynajem i sprzedaż:

601 449 999

www.ukoo.pl



NOWA RZECZYWISTOŚĆ

Szanowni Państwo,

Z ogromną przyjemnością przedstawiam premierowe wydanie Event Katalog Plus, na którego łamach znajdziecie analizy i podsumowania ostatnich miesięcy, których wspólnie z nami dokonali zaproszeni eksperci.

Wszyscy przekonaliśmy się, że dziś jedyną stałą kwestią w naszym życiu jest... zmiana. Planowanie długoterminowe nie sprawdza się, na znaczeniu zyskują elastyczność i nowe kompetencje. Psycholog Lena Czarnecka opowiedziała nam, w jaki sposób liderzy przyszłości wprowadzają zmiany, a dr Tomasz Drózdź tłumaczy, dlaczego umiejętności rozpoznawania i kontrolowania nawyków semantycznych, które na ogół są nieświadome, może okazać się pomocna w komunikacji z klientem.

Dzisiaj trudno ocenić, kiedy powrócimy do normalności i jaka będzie ona w swej nowej odsłonie, ale jedno jest pewne, sytuacja, w której się znaj-

dujemy, jest przejściowa, minie, a my jesteśmy w tym razem. Na pytanie, dokąd zmierza branża, próbuje odpowiedzieć Anna Kucharek, dokonując analizy rynku i podsumowując skutki paraliżu.

W ostatnich miesiącach przez wszystkie przypadki odmienialiśmy przymiotnik „hybrydowy”. Warto pamiętać, że eventy hybrydowe są kierowane zarówno do uczestników biorących udział w wydarzeniu osobiście, jak i zdalnie. Agnieszka Chaber-Tomczak dzieli się wiedzą na temat cyfrowych realizacji.

Otwieramy dla Was również drzwi do VIP Room'u, do którego zaprosiliśmy m.in. Marcina Prokopa, który studiował finanse i pracował w banku (kto z Was wyobraża sobie Marcina sprawdzającego Waszą zdolność kredytową?), ale wybrał inną drogę zawodową i to na poczucie humoru zbudował swoją osobistą markę. Dlaczego tak potoczyła się jego kariera? Jak zostać bohaterem własnej gry? Sprawdźcie. O budowaniu marki opowiada także Paulinia Smaszcz-Kurzajewska.



PREMIEROWE
WYDANIE

Nie zabrakło także praktycznych tematów z zakresu prawa. W wydaniu znajdziecie również przegląd miast otwartych na branżę MICE oraz trendów w obiektach i usługach eventowych. Jakie są oczekiwania nowych pokoleń, jak zmieni się marketing wydarzeń? Między innymi na te pytania odpowiedział dr Krzysztof Celuch a konferansjer Krzysztof Łobodziński w swoim felietonie tłumaczy jedno z praw Murphy'ego.

Oddajemy do Waszej dyspozycji subiektywne kompendium, opisujące najważniejsze obszary branży eventowej.

Serdecznie zapraszam do lektury.

Marta Klecha

WYDAWCA:

Event Polska
ul. Zbożowa 42B
40-657 Katowice
tel.: + 48 604 712 867

redakcja@eventpolska.biz
www.eventpolska.biz

DYREKTOR ZARZĄDZAJĄCY:

Adam Żmuda
a.zmuda@eventpolska.biz

REDAKTOR NACZELNA:

Marta Klecha
m.klecha@eventpolska.biz

REDAKTOR PROWADZĄCA:

Małgorzata Kapela-Leks
m.kapela-leks@eventpolska.biz

SEKRETARZ REDAKCJI:

Anna Kwienińska
a.kwiecinska@eventpolska.biz

PROJECT MANAGER:

Katarzyna Krzewicka
k.krzewicka@eventpolska.biz

WSPÓŁPRACA:

Agencja Power Sp. z o.o.
www.agencjapower.pl

 **EventPolska.**

WSZELKIE PRAWA ZASTRZEŻONE: Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za formę i treść zamieszczonych w katalogu reklam i ogłoszeń.

Partnerzy wydania:



CATERING



Z PERSPEKTYWY EKSPERTA

- 6-8 Dokąd zmierzasz eventowy świecie? / Anna Kucharek / Creality
- 9 Rewolucja przemysłowa 4.0 / Krzysztof Celuch / Celuch Consulting
- 10 Eksplozja empiryczna / Krzysztof Celuch / Celuch Consulting
- 11 Uwaga znaczący wszystko / Krzysztof Celuch / Celuch Consulting
- 12 Zmiana pokoleń / Krzysztof Celuch / Celuch Consulting
- 13 Nie tylko recykling / Krzysztof Celuch / Celuch Consulting
- 14-15 Kreatywna klauzula informacyjna z RODO / Monika Wieczorek / Kancelaria Wieczorek Kilarska
- 19-17 Zasady dobrej współpracy / Michał Kibil / Kancelaria DGTL
- Kibil Piecuch i Wspólnicy
- 18-20 Liderzy przyszłości w zmianie / Lena Czarnecka
- 21-23 Tajniki semantyki / Tomasz Drożdż / Optimotiv
- 24-25 Profesjonalny organizator kluczem do sukcesu wyjazdu incentive / Daria Rządkiwicz / Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel
- 26 Ukryta społeczność / Krzysztof Celuch / Celuch Consulting

PRZEGLĄD EVENTÓW

- 28 Kampania społeczna Odblaskowi.pl / Agencja Marketingowa Emblem.com
- 29 Premiera Porsche 911 Dźwięk Legendy / Walk Events
- 30 Barista of The Year - European Final / Event Design Group
- 31 Fluo Party / Powerevents
- 32 CC4ES - Cybersecurity Conference for Energy Sector / Power
- 33 Hard Downhill League 2019 - UCI C2 / Fundacja For Event
- 34 Lato z Radiem Festiwal 2019 / Concept Music Art
- 35 Flesz Fashion Night - Next Level / Mea Group
- 36 Szkoleniowy showroom / Creality
- 37 Innovatorium Łukasiewicza / event-factory
- 38 Konferencja Eventy Hybrydowe / Digital Knowledge Village
- 39 Dni otwarte Funduszy Europejskich / Ibento
- 40 Kongres Cybersec Global Forum 2020 / CMA i Instytut Kościuszki

TRENDY W USŁUGACH

- 42-43 Ilość możliwości jest nieograniczona / WARS
- 44-45 Kuchnia WARS nie tylko w pociągu / WARS
- 46-47 Produkcja konferencji hybrydowej / Digital Knowledge Village
- 48-51 Emocje zatrzymane w czasie / Moc&Art Group
- 52-53 W zgodzie z najnowszymi trendami w sezonie 2020/2021 / Rent Design
- 54 Ekologia i zero waste przejmują branżę / Kuba Korczak

TRENDY W OBIEKTACH

- 56-57 Elastyczność to ponadczasowy trend / Osada Śnieżka
- 58-59 Osada Śnieżka - konferencje z widokiem na Karkonosze / Osada Śnieżka
- 60-61 Kraków gotowy na realizację wydarzeń hybrydowych! / ICE Kraków
- 62-63 Podkarpackie i G2A Arena stawiają na rozwój / G2A Arena
- 64-65 Hotelowe eko trendy / Almond Business & SPA
- 66-67 Nadchodzi czas aplikacji mobilnych... / Grano Hotels
- 68 Wypłynąć na szerokie wody / Przysiań Hotel & Spa
- 69 Zmieniamy się dla was / Hotel Mrągowo Resort & SPA
- 70 Event w „fabryce snów” / DoubleTree by Hilton Łódź
- 71 Aquarius Hotel Spa & Wellness

MIASTO OTWARTE NA EVENT

- 74-75 Metropolitalne Katowice stawiają na przemysł spotkań / Urząd Miasta Katowice
- 76-77 Katowice - miasto, gdzie nowoczesność spotyka się z tradycją / Urząd Miasta Katowice
- 78-79 „Przemysł spotkań” wśród lasów i jezior / Gmina Olsztyn / Urząd Miasta Olsztyna
- 80-81 Toruń - wschodząca gwiazda rynku mice / Gmina Toruń / Urząd Miasta Torunia
- 82-83 Otwórz się na lubelską gościnność / Lubelskie Convention Bureau
- 84-85 Gdynia- eventy z morzem w tle / Urząd Miasta Gdyni
- 86 Wrocław - miasto spotkań / Convention Bureau - Wrocław

ZRZESZENI - ORGANIZACJE BRANŻOWE

- 88-89 Eventy i kongresy. Aktualne trendy / Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce
- 90 Międzynarodowe Stowarzyszenie Organizatorów Spotkań MPI Poland Chapter
- 91 Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce
- 92 Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel
- 93 Stowarzyszenie Branży Eventowej
- 94 Stowarzyszenie Hotele Historyczne w Polsce

DZIEJE SIĘ - WYDARZENIA BRANŻY

- 96 Forum Branży Eventowej
- 97 MP Power Night - finału MP Power Awards® 2019
- 98 Hotel Meeting
- 99 Meetings Week Poland 2020
- 100 Columbus Day
- 101 Event Biznes
- 102 Silesia Meetings Challenge

VIP ROOM

- 104-107 Po prostu jestem sobą / Marcin Prokop
- 108-111 Eventów masa, ale dobrych przybywa powoli, a byle jakich na pęczki / Paulina Smaszcz-Kurzajewska

FELIETON

- 112 Raz na milion lat, może trochę częściej, zdarzają się wpadki z kategorii armagedonów / Krzysztof Łobodziński

EVENTOWE MOŻLIWOŚCI

- 2 Ukoo Poland
- 115 WydarzeniaOnline.pl
- 117 Catering24
- 119 Hotel **** Pałac Romantyczny w Turznie
- 121 Hotel Żywiecki **** Medical Spa & Sport
- 123 Grupa MTP
- 125 Convention Bureau - Wrocław



Z PERSPEKTYWY EKSPERTA

**Jakie zmiany czekają nas w przemyśle spotkań?
Czy, eventy wirtualne zostaną z nami na zawsze?
Porady prawne dla branży eventowej, rola
aspektów psychologicznych w biznesie, te
i inne ciekawe tematy opisują zaproszeni
przez nas eksperci.**

DOKĄD ZMIERZASZ EVENTOWY ŚWIECIE?

Rok 2019 był czasem stabilnej ewolucji, a nie ślepej i dynamicznej rewolucji. Oceniając rynek eventowy w Polsce, z perspektywy pierwszego kwartału 2020 roku, bezsprzecznie można potwierdzić jego ogromny profesjonalizm i znaczący wpływ na polską gospodarkę. Wyspecjalizowani dostawcy oferujący usługi, o których parę lat temu nie potrafiliśmy nawet zamarzyć, zaskakiwali na każdym kroku. Działy marketingu i HR zleceńodawców doceniały kompleksowość oraz doświadczenie agencji eventowych. I nagle przychodzi wydarzenie, które ma szansę nieodwracalnie zmienić ten obraz, w sposób bezkompromisowy i bolesny wpłynąć na globalną przyszłość.

AUTOR:

Anna Kucharek

prezes zarządu Creality sp. z o.o.



www.creality.pl

Eventy sprzed 1 marca 2020

Jeszcze w styczniu było wiele powodów do optymizmu, szerokim strumieniem płynęły briefy na kolejne miesiące. Niestety, to już przeszłość, którą odcinamy grubą kreską. Zapominamy o profesjonalizacji, różnorodności, świadomości, efektywności i precyzji nie projektowanych przeżyciach. W tej chwili nie ma znaczenia rozwój grywalizacji w szkoleniach, wdrażanie technologicznych nowinek na konferencjach i skutecznych narzędzi mierzenia efektów. Ten wymiar planowania i czerpania statystyk przechodzi do historii, już się nie przyda (przynajmniej nie wprost) w nowej rzeczywistości.

Jak zaczął się paraliż?

Wraz z informacjami o tym, że koronawirus przełamuje się na stary kontynent, pojawiły się pierwsze sygnały z rynku tj. „Nie płacimy żadnych zaliczek, nie wiemy jeszcze, czy z powodu wirusa nie odwołamy wydarzenia”. Jeden telefon, drugi, kolejne, na

efekt kuli śnieżnej nie trzeba było długo czekać. Prośby o odwołanie lub przesunięcie terminów (niestety częściej to pierwsze), pytania o warunki rezygnacji, anulowania zapytań i brak nowych („być może wrócimy do tematu za kilka tygodni”) stały się codziennością. Kiedy wirus dotarł do Polski, a rząd zakazał imprez masowych, pojawiły się głosy w branży, że są to działania niepotrzebne i na wyrost. Zakazów jednak przybywało, podobnie jak zakażonych. Początkowo bagatelizowany temat, stał się tematem numer jeden. Przerażał na wielu polach, także tym, jakie skutki może mieć dla organizatorów wydarzeń. Branża zamarła w totalnym bezruchu, bez perspektywy czasowej i wizji końca paraliżu.

Sytuacja się ustabilizuje

Bez względu na to, czy czeka nas szybkie zakończenie pandemii, czy powinniśmy przygotować się na systematyczną i ciągłą walkę z (tym i innymi) wirusami – etap mobilizacji i zagubienia minie. Świat, także ten eventowy poszuka sobie nowego status quo.



Ludzie powrócą do „normalności” i znów poczują się „bezpiecznie”. Być może standardem stanie się spacerowanie po ulicach w maseczkach i daleko idąca, ciągła dezynfekcja wszystkich i wszystkiego. Być może tak właśnie będą wyglądały spotkania integracyjne, szkolenia czy konferencje. Wiele z nich z pewnością przeniesie się do sfery online. W każdym razie będzie jakiś nowy porządek. I to prędzej, niż później.

Co będzie dalej?

Event managerowie to często osoby wszechstronne, których codzienne zadania trudno zamknąć w ramy. Zróżnicowane oczekiwania klientów, kształty i wymiary produkowanych wydarzeń powodują, że agencje eventowe kontaktują się niemal ze wszystki-

mi obecnymi na rynku branżami. Wcześniejsze zakupy pod konkretne eventy, zaczynając od słodkich prezentów dla dzieci, przez bilety lotnicze, kwiaty, zabiegi Spa, karnety narciarskie, produkcję kosmicznej zabudowy, a na samochodach rozdawanych w loteriach kończąc, spowodowały, że zbudowaliśmy bazy dostawców, którzy mogą stać się potencjalnymi odbiorcami naszych usług. Pora skorzystać z tych kontaktów w nowy sposób.

Słuchamy rynku, klientów, nieustająco szukamy nowych pomysłów i rozwiązań. Pośredniczymy. Niemal każdego dnia czarujemy rzeczywistość tak, by klient, uczestnik lub widz mógł czuć, że jest częścią czegoś magicznego. Trudno uwierzyć, że tak wyposażeni ludzie nie znajdą nowej nisz w ramach (ale nieko-

niecznie) działań bliskich temu, co robili dotychczas. Więc gdzie?

Wirtualne eventy

Przeniesienie eventów do Internetu to najbardziej naturalny kierunek. Już dzisiaj dostępne są narzędzia i dostawcy, którzy oferują platformy wiedzy, webinaria, spotkania online (włącznie z wirtualnymi stolikami networkingowymi dla tysięcy osób). Pojawiło się wiele szkoleń online, które podpowiadają „jak to robić”. W obecnej sytuacji niektóre agencje eventowe, próbując się ratować, wprowadzają je w życie. My korzystamy z nich od ponad roku, ale teraz ich rozwój diametralnie przyspieszył. Aranżacja wirtualnych pokoi, ich funkcjonalność oraz

przełożenie na oczekiwane wyniki biznesowe mogą stać się nową rzeczywistością dla event managerów. Do tego typu projektów w dalszym ciągu potrzebne będą eventowe kompetencje, a w cenie sposoby zachęcania uczestników do zaangażowania i interakcji mimo braku fizycznej bliskości.

Działania częściowe

Eventy to nie tylko wydarzenie skierowane do określonej grupy uczestników, to także opracowanie materiałów promocyjnych i informacyjnych, projektowanie graficzne, prowadzenie komunikacji i szacowanie ryzyka. Na tę długą historię składa się przygotowanie koncepcji i umieszczenie jej w strategii i charakterze marki. Być może dla niektórych agencji kierunkiem będzie wydzielenie tych obszarów i wprowadzenie dodatkowych działań, a następnie stworzenie nowych produktów wokół nich. Z doświadczeniem, dostępną bazą klientów i wykonawców, przeniesienie zasobów biznesowych na nowe obszary może okazać się nie tylko możliwe co efektywne.

Media społecznościowe, czyli inna forma wspierania marek

Produkcja eventów oraz obsługa mediów społecznościowych nie są tożsame, choć łączą je emocje i wpływ, jaki mogą wywierać na odbiorcach. Ich obsługę często kupuje ta sama osoba, która wydaje środki na eventy, więc przy dobrej relacji (warunek: możliwość zaoferowania dobrego produktu) to także alternatywna ścieżka zapewnienia przychodów.

Eventy, ale inaczej

Trudno sobie dzisiaj wyobrazić, że zniknie sampling czy branża szkoleń. Możliwa wydaje się jednak zmiana formuły na bardziej „bezpieczną” w kategoriach

Kryzys jest naszym chlebem powszednim, przeważnie jednak doświadczamy go wewnątrz projektów i traktujemy jak okoliczność i coś oczywistego w pracy związanej z eventami, gdzie są nieograniczone liczby składowych i wielu zaangażowanych ludzi. Teraz kryzys przyszedł z zewnątrz i potrzebujemy czasu, by sobie z nim poradzić.

izolacji społeczeństwa. Historycznie (do lutego 2020 r.) punktem ciężkości i najważniejszym momentem produkcji wydarzenia był sam finał, czyli event. Teraz okazać się może, że wydarzenie będzie zwięzłym i oszczędnym w formie merytorycznym podsumowaniem wcześniejszych rozbudowanych działań – wiralowych filmów, przygotowanych materiałów lub wstępem do późniejszej kampanii, angażujących konkursów i indywidualnych działań.

A może... powrót do stanu sprzed kryzysu?

Istnieje szansa, że część rynku wróci do stanu sprzed epidemii. W mojej ocenie niewielka – bo jednak wszyscy będziemy bardziej świadomi zagrożeń oraz korzyści, jakie niosą ze sobą wypracowane w kryzysie rozwiązania, ale kto wie.

Prawdopodobnie wiele firm upadnie. Pozostaną po nich niezagospodarowane zlecenia i specjaliści szukający zadań. Rynek oczyści się. Ważne, żeby być w puli tych, którzy będą go wtedy tworzyć.

Jakie będą skutki?

Efektom będzie rozwój, którego nie doświadczilibyśmy, gdyby nie trudna i przygniatająca nas dzisiaj rzeczywistość oraz stała, nieodwracalna zmiana. Taka, która sprawi, że w przyszłości podobny kryzys nas nie zaskoczy i pozwoli podjąć decyzje o rozszerzeniu działalności, zmianie kierunków, poznaniu nowych obszarów rynku i która ujawni słabości branży. Jeszcze wczoraj większość agencji kredytowała swoich klientów (normą były terminy płatności 30/60 dni). Już dzisiaj te same firmy nie godzą się na działanie bez przedpłaty. I nagle działają finansowe wielkich przedsiębiorstw dowodzą, że są gotowe przyspieszyć procedury i płać z góry. Skoro tak, być może obecna sytuacja wpłynie długoterminowo na poprawę płynności agencji? Jedno jest pewne, teraz jest czas, w którym musimy działać i szukać rozwiązań. Nigdy wcześniej branża nie była tak solidarna, a to z pewnością przyniesie efekty. Zobaczmy tylko jakie.

REWOLUCJA PRZEMYSŁOWA 4.0

Przemysł 4.0 to nazwa obecnego trendu automatyzacji i wymiany danych w technologiach produkcyjnych. Obejmuje systemy, Internet przedmiotów czy przetwarzanie w chmurze. Inteligentna produkcja jest fundamentem rewolucji Przemysłu 4.0 i kształtuje przyszłość światowej gospodarki.

AUTOR:

dr Krzysztof Celuch

prezes Celuch Consulting; trener, konsultant biznesowy, wykładowca akademicki. Specjalizuje się w doświadczeniu wydarzeń, przywództwie, event marketingu.

ne łączenie maszyn i systemów w sieć wraz z włączeniem analizy dużych zbiorów danych pomoże przewidywać błędy i problemy. Technologie te rewolucjonizują również sposób projektowania, zapotrzebowanie na masową produkcję, a nawet cykle życia produktów.

dużych środków w analitykę do 2020 r., Prawdopodobnie nie będą prowadzić działalności w 2021 r. Po prostu jest zbyt wiele cennych danych klientów, aby je gromadzić, przetwarzać i przekształcać w wiedzę, aby każda firma mogła pozostać konkurencyjna bez pełnego wykorzystania nowoczesnych narzędzi analitycznych”.

Produkcja przemysłowa nowej ery będzie bardzo elastyczna pod względem wielkości produkcji i dostosowywania szerokiej integracji między klientami, firmami oraz dostawcami. Ważnym elementem będzie też jej aspekt zrównoważenia. Autonomicz-

Jednym z istotnych elementów Przemysłu 4.0 jest bezprzewodowe przesyłanie danych z czujników do systemów nadrzędnych poprzez Internet, które w branży spotkań są bardzo często wykorzystywane. Forbes powiedział: „Firmy, które nadal nie inwestowały

Teraz i w przyszłości wraz z rozwojem Industry Revolution 4.0, komputery są połączone i komunikują się ze sobą, aby ostatecznie podejmować decyzje bez udziału człowieka. Połączenie systemów cyberfizycznych, Internetu przedmiotów i Internetu systemów sprawia, że Rewolucja Przemysłowa 4.0 jest możliwa, a inteligentna fabryka tudzież firma (także eventowa) staje się rzeczywistością. Dzięki wsparciu maszyn, które stają się coraz inteligentniejsze w miarę uzyskiwania dostępu do większej liczby danych, nasze organizacje staną się bardziej wydajne, produktywnie i mniej marnotrawne. Ostatecznie to sieć tych maszyn jest ze sobą połączona cyfrowo i tworzy i udostępnia informacje, które dają prawdziwą moc Rewolucji Przemysłowej 4.0.

Podczas gdy wiele organizacji może nadal zaprzeczać, w jaki sposób Przemysł 4.0 może wpłynąć na ich działalność lub walczy o znalezienie talentu lub wiedzy, kilka kluczowych, globalnych agencji działających w branży spotkań wprowadza dziś zmiany i przygotowuje się na przyszłość, w której inteligentne urządzenia usprawniają ich działalność i zarządzanie procesem organizacji spotkań.



EKSPLOZJA EMPIRYCZNA

Wzrasta zapotrzebowanie na wydarzenia związane z doświadczeniami. Zarządzanie doświadczeniami stanie się profesją, a planiści i projektanci doświadczeń będą częściej poszukiwani w branży spotkań.

AUTOR:

dr Krzysztof Celuch

prezes Celuch Consulting; trener, konsultant biznesowy, wykładowca akademicki. Specjalizuje się w doświadczeniu wydarzeń, przywództwie, event marketingu.

Zapewnienie niestandardowych doświadczeń jest koniecznością dla branży spotkań, a w szczególności firm DMC, które rozwijają się dynamicznie, a tego rodzaju zapytania będą coraz częstsze. Pragnienie znaczącego połączenia się z innymi uczestnikami i doświadczenia wyjątkowości miejsca docelowego jest częściowo napędzane przez Millenialsów, ale widzą to także inne pokolenia. Wydarzenia eksperymentalne odbywają się nawet w Internecie – technologia taka jak rozszerzona i wirtualna rzeczywistość wprowadza zdalnych uczestników na nowe tory.

Planiści powinni się skupiać na tworzeniu niezapomnianych wydarzeń, o których po zakończeniu nadal będzie się mówić. Bo właśnie to jest elementem udanych wydarzeń i skutecznego event marketingu. Ci uczestnicy łączą świat biznesu i rozrywki. Powstał nowy, wielopokoleniowy segment, który napędza decyzje o miejscu docelowym. Planiści muszą zrównoważyć potrzebę niedrogich miejsc docelowych z pragnieniem uczestników, by spędzić wakacje jak w wakacje. Zdecydowana większość Generacji Z nie pamięta czasu bez technologii co również jest ważne ze względu na organizację wydarzeń.

Planiści wydarzeń powinni zwrócić uwagę na ich duże zainteresowanie gram i e-sportem oraz chęć kreatywnej ekspresji. Wasze wydarzenia powinny obejmować interaktywne i wielozmysłowe doświadczenia oraz celową współpracę w celu zaangażowania tego pokolenia. Ważne jest również, aby nie lekceważyć znaczenia świadomości społecznej.



UWAGA ZNACZY WSZYSTKO

Świat staje się coraz bardziej wymagający dla ludzi, uwaga skupia się na nowych bodźcach. Specjaliści od marketingu i sprzedaży będą mieli wyzwanie, aby naprawdę zmaksymalizować wpływ i wartość, jaką wnoszą poprzez budowanie relacji, co ostatecznie staramy się osiągnąć dzięki marketingowi wydarzeń.



Ludzki czynnik stanie się bardziej cenny dla konkurencji. Zdecydowana większość kadry kierowniczej uważa, że pracownicy wiedzy będą ich najcenniejszym źródłem przewagi konkurencyjnej (w porównaniu z innymi rolami). Zarówno w funkcjach skierowanych na zewnątrz, takich jak sprzedaż, jak i funkcjach skierowanych do wewnątrz, takich jak zarządzanie wiedzą.

Event marketing to dość nowe narzędzie do budowania relacji z klientami. Wzmacnia on pozycję marki na rynku poprzez nawiązywanie bliższych kontaktów z jej odbiorcami. Prawda jest taka, że zatrzymanie klienta jest dużo trudniejsze niż pozyskanie nowego, ponieważ opiera się na więzi klient-firma.

Sam produkt może przyciągnąć swoją atrakcyjnością, ale trudniejsze jest zatrzymanie klienta na dłużej, sprawienie, by stał się on lojalnym i stałym użytkownikiem. Nie ma wątpliwości, że kluczem do osiągnięcia sukcesu jest zatrzymanie uwagi odbiorcy, wzbudzenie pożądanych emocji – zaciekanie i finalnie doprowadzenie do stałej relacji.

Czynnik ludzki stanie się bardziej cenny dla konkurencji. Eksperti od marketingu i sprzedaży staną przed wyzwaniem, aby zmaksymalizować wpływ i wartość, jaką wnoszą poprzez budowanie relacji podczas wydarzenia. Sztuką będzie przebicie się z komunikatem i zatrzymanie uwagi odbiorcy na dłużej.

ZMIANA POKOLEŃ

Do 2024 r. pokolenie Millenium będzie stanowić największą grupę podróżujących w interesach na całym świecie. Wpływ tego pokolenia jest odczuwalny w branży – 88% millenijnych podróżujących w interesach stwierdziło, że doświadczenie związane z podróżą wpłynęło na ich ogólną satysfakcję z pracy, ale także potwierdza, że projektowanie wydarzeń doświadczalnych będzie nadal ważne.

AUTOR:

dr Krzysztof Celuch

prezes Celuch Consulting; trener, konsultant biznesowy, wykładowca akademicki. Specjalizuje się w doświadczeniu wydarzeń, przywództwie, event marketingu.

Czego więc chcą nowe pokolenia uczestników z branży spotkań? Chociaż badania mogą być niejednolite (szczególnie w przypadku Generacji Z), jasne jest, że technologia będzie odgrywać wiodącą rolę w zaspokajaniu ich oczekiwań i potrzeb. Millenialsi są już znani jako cyfrowi tubylcy, ponieważ nigdy nie żyli bez technologii cyfrowej. To zapewniło im – jako grupie – nadnaturalny komfort korzystania z technologii w porównaniu ze starszymi generacjami. Z pewnością oczekują, że będą mogli dokonać wszystkich rezerwacji podróży na smartfonach, przy czym co najmniej 75% osób z Generacji Z dokonuje rezerwacji na urządzeniu mobilnym.

Ważne jest również, aby nie lekceważyć znaczenia świadomości społecznej. Generacja Z jest bardzo świadoma społecznie, a integracja jest dla niej ważna. Przedstawiciele tego pokolenia cenią różnorodność i uczciwość, a także wykorzystują swój wspólny głos (i siłę nabywczą), aby promować marki odzwierciedlające ich wartości. Skorzystaj z okazji, aby zdobyć zwolenników, budując wiadomości i doświadczenia związane z wydarzeniami.



NIE TYLKO RECYKLING

Myślenie o odpadach, różnicowanie śmieci i eliminowanie plastików jednorazowego użytku to już norma. Nieprzestrzeganie podstawowych oczekiwań gości naraża wydarzenia na znaczne ryzyko: ryzyko rozczarowania, ryzyko głośnej krytyki.



Ponad 80% konsumentów Generacji Z znacznie częściej będzie kupować produkt, jeśli jest on przyjazny dla środowiska. Lokalnie produkowana żywność nadal będzie ważna podczas wydarzeń. Ponad 90% Generacji Z będzie naciskało na globalne marki w celu podjęcia kwestii ochrony środowiska.

Według ostatniego badania UNiDAYS i AdAge, 82% konsumentów Generacji Z częściej kupuje produkt, jeśli jest przyjazny środowisku. 93% Generacji Z uważa, że marki są zobowiązane do podjęcia kwestii ochrony środowiska.

Jedzenie „od stołu do stołu” – lokalnie produkowana żywność jest zwycięzcą w zakresie zrównoważonego żywienia, a także budowania połączenia z miejscem docelowym dla uczestników. Wiele gospodarstw domowych na całym świecie poddaje się recyklingowi od ponad 40 lat. Jest to podstawowy proces, do którego wszyscy są przyzwyczajeni. Myślenie o odpadach, różnicowanie śmieci, a ostatnio wyeliminowanie plastików jednorazowego użytku to już norma. Nieprzestrzeganie podstawowych oczekiwań gości naraża wydarzenia na znaczne ryzyko rozczarowania i głośnej krytyki. Projektanci, torując drogę, nie tylko zaznaczają pole wyboru dla podstaw, ale także dążą do pełnego zrównoważenia. Recyklingowe lub cyfrowe oznakowanie, stacje wodne, srebrne artykuły do recyklingu i sadzenie drzew podczas imprezy to tylko kilka zielonych inicjatyw, które mają wpływ. W rzeczywistości projektanci twierdzą, że jednym z najbardziej wpływowych sposobów pomocy środowisku jest przyjęcie diety wegetariańskiej.

Marki również zwracają uwagę: alternatywy, takie jak Falconboard i Xanita, zapewniają kabiny wystawowe nadające się do recyklingu, które wyglądają niesamowicie i nie wpływają na środowisko. W 2020 r. planiści będą musieli być wszechstronni, jeśli chodzi o zrównoważony rozwój. Bez pół-inicjatyw, bez zatrzymywania się na podstawach. Aby wydarzenie można było nazwać zrównoważonym, wkład i działania będą znacznie ważniejsze.

KREATYWNA KLAUZULA INFORMACYJNA Z RODO

Jak informować o przetwarzaniu danych w branży eventowej?

AUTOR:

Monika Wieczorek

radca prawny, Partner w kancelarii Wieczorek Kilarska. Specjalizuje się w prawie HR, prawie nowych technologii, ochronie danych osobowych oraz zagadnieniach dotyczących własności intelektualnej, doradzając w szczególności branży kreatywnej, w tym marketingowej i eventowej.



INFORMOWANIE O PRZETWARZANIU DANYCH, CZYLI O CZYM

To nieprawda, że RODO przyniosło ze sobą obowiązek informacyjny w zakresie przetwarzania danych osobowych. Taki ciężar spoczywał na przedsiębiorcach, w tym z branży eventowej, już wcześniej na podstawie ustawy o ochronie danych osobowych z 1997 r. Wcześniej ten obowiązek był jednak powszechnie ignorowany, nie tylko przez branżę eventową, ale praktycznie przez wszystkich przedsiębiorców, ze względu na niski wymiar kar za naruszenie. RODO, oprócz zwiększenia odpowiedzialności, faktycznie rozszerzyło ten obowiązek o konieczność podania kilku dodatkowych informacji, niemniej nie jest to ciężar, którego nie można udźwignąć.

Po pierwsze, każdy administrator – czyli ten podmiot, który ustala cele i sposoby przetwarzania, np. firma eventowa – na podstawie art. 13 RODO **musi poinformować osoby, których dane przetwarza o kilku istotnych kwestiach:**

- 1) kim jest administrator i jak można się z nim skontaktować,
- 2) jak można się skontaktować z inspektorem ochrony danych – jeśli został wyznaczony,
- 3) jakie są cele przetwarzania danych,
- 4) jaka jest podstawa prawna przetwarzania danych (np. zgoda lub uzasadniony interes administratora),
- 5) jeśli przetwarzanie odbywa się na podstawie prawnej uzasadnionego interesu administratora – jakie są prawnie uzasadnione interesy realizowane przez administratora lub stronę trzecią,
- 6) jacy są odbiorcy danych osobowych (wystarczające jest podanie kategorii odbiorców, np. podmioty świadczące usługi marketingowe, informatyczne),

7) przez jaki okres dane osobowe będą przechowywane,

8) jakie prawa przysługują w związku z przetwarzaniem danych – prawo dostępu do danych, ich sprostowania, usunięcia, ograniczenia przetwarzania, wniesienia sprzeciwu, przenoszenia danych oraz prawo złożenia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych,

9) informacja o prawie do cofnięcia zgody w każdym czasie bez wpływu cofnięcia na zgodność z prawem przetwarzania dokonanego przed cofnięciem – jeśli przetwarzanie odbywa się na podstawie zgody,

10) informacja czy podanie danych jest wymogiem ustawowym lub umownym oraz czy podanie danych jest obowiązkowe i jakie są konsekwencje niepodania tych danych,

11) informacja o automatycznym podejmowaniu decyzji, w tym profilowaniu – jeśli administrator je stosuje,

12) informacje dotyczące przekazania danych do państwa trzeciego lub organizacji międzynarodowej – gdy ma to miejsce.

Te informacje muszą być przedstawione już w chwili pozyskiwania danych, czyli np. w momencie zapisania się uczestnika na wydarzenie lub z chwilą rozpoczęcia eventu, jeśli uczestnicy rejestrują się na wydarzenie otwarte na miejscu, po dotarciu na wydarzenie. Same informacje mogą być częścią udostępnianego uczestnikom regulaminu eventu, pod warunkiem, że każdy uczestnik może lub powinien się z nim zapoznać przed rozpoczęciem uczestnictwa.

Jeżeli rejestracja przebiega za pośrednictwem strony internetowej, **możliwe jest umieszczenie informacji o przetwarzaniu danych:**

- 1) pod formularzem zapisu w całości,
- 2) pod formularzem zapisu we fragmencie informującym o administratorze danych, celu przetwarzania i wskazując, gdzie można zapoznać się z pełną klau-

zułą informacyjną (np. polityka prywatności umieszczona na stronie internetowej),

3) w informacji zwrotnej (najczęściej automatycznej) przesłanej po zapisaniu się użytkownika do wzięcia udziału w eventcie, w której jednocześnie przesyła się link aktywacyjny do potwierdzenia zapisu – to model double opt-in, dzięki któremu mamy pewność, że podany przez użytkownika email jest prawdziwy. W tym wariancie dopuszczalne jest także przesłanie w wiadomości potwierdzającej poza linkiem aktywacyjnym także skróconej wersji klauzuli informacyjnej z jednoczesnym podpowiedzeniem użytkownikowi, gdzie może przeczytać pełną informację o przetwarzaniu danych (np. polityka prywatności umieszczona na stronie internetowej).

PRZECZYTAJ KLAUZULĘ SWOJEMU DZIECKU

Patrząc na zakres obowiązku informacyjnego wydawać by się mogło, że należy go spełnić używając formalnego, prawnego języka. Nic bardziej mylnego. RODO w wielu miejscach zobowiązuje wręcz administratora do tego, żeby komunikował się w sposób przejrzysty, łatwo dostępny i zrozumiały, używając przy tym jasnego i prostego języka (zasada przejrzystości). Motyw 58 do RODO wyjaśnia przy tym, że dzieci zasługują na szczególną ochronę i dlatego wszelkie informacje o przetwarzaniu ich danych powinny być sformułowane tak jasnym i prostym językiem, by dziecko mogło je bez trudu zrozumieć.

PISMO OBRAZKOWE RZĄDZI

Nie tylko język usprawnia komunikację, ale też i forma przekazu. Dotyczy to każdej komunikacji, a więc także tej dotyczącej przetwarzania danych. RODO też to zauważa i wskazuje, że informacje o przetwarzaniu danych mogą być również dodatkowo wizualizowane – wszystko to w służbie przejrzystości. Nic nie wyjaśnia lepiej trudnych procesów, niż posłużenie się dodatkowo elementami graficznymi. Może to być zarówno graficzne przedstawienie całej klauzuli informacyjnej, jak i jej fragmentów. Nic nie stoi na przeszkodzie także zaprezentowaniu klauzuli informacyjnej w obu wersjach – pisemnej i graficznej. Osobiście coraz częściej informacje kierowane do klientów przygotowujemy w modelu Legal Design pomagającym przełożyć język prawny na język wizualny. Tak jest prościej i przejrzysiej. Warto te trendy wykorzystać dla informowania uczestników eventu o przetwarzaniu ich danych osobowych.

ZOBACZ, JAK TAKA KLAUZULA MOŻE (DOBRE) WYGLĄDAĆ:

Zobacz, jak przetwarzamy Twoje dane osobowe:



Kto?

XYZ sp. z o.o.



Cel:

wzięcie przez Ciebie udziału w [nazwa eventu]



Podstawa prawna:

przetwarzamy podane przez Ciebie dane na podstawie niezbędności do wykonania umowy w postaci umożliwienia uczestnictwa w eventcie [nazwa eventu].



Tylko dobrowolnie:

to od Ciebie zależy, czy prześlesz nam swoje dane osobowe, ale bez informacji o Twoim imieniu i nazwisku nie będziemy mogli zapisać Cię do wzięcia udziału w [nazwa eventu], a bez adresu email nie będziemy mogli kontaktować się z Tobą w sprawie szczegółów [nazwa eventu].



Komu możemy przekazać dane:

tylko podmiotom, które świadczą dla nas usługi związane z organizacją [nazwa eventu], ale tylko jeśli to będzie konieczne dla jego organizacji.



Jak długo przechowujemy dane:

Twoje dane będziemy przechowywać przez okres organizacji [nazwa eventu] a później przez okres przedawnienia ewentualnych roszczeń.



Masz prawo do:

dostępu do swoich danych, ich sprostowania, żądania ich usunięcia, sprzeciwu, przenoszenia danych, ograniczenia przetwarzania.



Kontakt z nami:

abc@xyz.pl

Jeśli uznasz, że przetwarzanie Twoich danych odbywa się z naruszeniem RODO, możesz złożyć skargę do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych.

Zawsze należy pamiętać, że nie ma jednej uniwersalnej klauzuli informacyjnej. Każda powinna być przygotowywana z uwzględnieniem specyfiki danego eventu, zakresu i podstaw przetwarzania danych osobowych oraz (o czym nie należy zapominać) grupy docelowej do której klauzulę kierujemy. Inaczej może ona nie spełniać swojej funkcji i nie chronić nas przed zarzutem naruszenia RODO.

Pamiętaj! Każdy podmiot, który przetwarza dane powinien przekazać swoją odrębną klauzulę informacyjną osobom, których dane są przetwarzane. Jeżeli jesteś agencją, a Twój klient wykonał tę pracę względem swoich pracowników, to nie znaczy, że jesteś z tego zwolniony/na podczas organizacji eventu. Obowiązki te należy spełnić zarówno organizując event stacjonarnie jak i online.

ZASADY DOBREJ WSPÓŁPRACY

Jak uregulować współpracę, aby czuć się w niej później komfortowo? Kilka słów o komunikacji na linii klient-agencja-partner.

AUTOR:

Michał Kibil

advokat, partner w kancelarii DGTL
Kibil Piecuch i Wspólnicy

Czy potrzebujemy umowy?

Organizacja eventu jest złożonym procesem. Rozpoczyna się od zgłoszenia zapotrzebowania przez Klienta. Po nim następuje etap kreacji, w której próbujemy stworzyć wizję eventu opartą na potrzebie klienta, a na koniec wraz z szeregiem dostawców przystępujemy do finalizacji. Przygotowanie umów o organizację eventu pomiędzy klientem i agencją, a następnie agencją i poszczególnymi partnerami zostawiamy na sam koniec. Traktujemy je jako mało istotne formalności, które faktycznie muszą być dopełnione, ale nie mają one większego znaczenia.

Nasze doświadczenia wskazują, że dyskusje na temat założeń umowy, przeważnie nie pojawiają się na etapie briefu, czy też nawet przy akceptacji oferty agencji, ale zdecydowanie później. Wtedy, gdy obiekt jest już zarezerwowany, kiedy domykane są wszystkie ustalenia dotyczące programu oraz nierzadko na tydzień czy dwa przed eventem - najczęściej tuż przed wypłatą agencji zaliczki - „bo pod wypłatę trzeba przygotować jakiś dokument”. W większości przypadków następuje to zdecydowanie zbyt późno.

Bardzo często zadaje się nam pytanie, czy w ogóle pisemna umowa między agencją i klientem jest potrzebna. Mam przeciwie maile i zaakceptowane briefy. Faktycznie dla skuteczności umowy eventowej nie jest potrzebne jej spisanie. Ponad elementy dotyczące zasad przetwarzania danych osobowych, tzw. RODO. Formalizowanie relacji dokumentem nie jest niezbędne, aby event zrealizować i dochodzić za niego zapłaty, ale jak mówi stara prawda - umowy pisze się na czas „wojny”, a nie pokoju. Każda ze stron rela-

cji eventowej powinna sobie przypomnieć, jak często po realizacji eventu dochodzi do sporów, nie co do założeń eventu, ale co do szczegółów tej relacji.

Faktycznie to tylko niektóre z wielu pytań, które są nam zadawane przez agencje eventowe, klientów i dostawców jeszcze przed rozpoczęciem eventu. Wszystkie te kwestie nie tylko mogą, ale powinny być ustalone pomiędzy stronami. A żeby je ustalić, trzeba rozpocząć dyskusję na ten temat już na samym początku - w tym samym czasie, w którym zaczynamy rozmawiać o koncepcji eventu.

Nasza własność intelektualna

W przypadku obsługi eventów nie mniej istotną kwestią od rozliczeń są zasady udzielania licencji oraz przenoszenia autorskich praw majątkowych do utworów tworzonych przez agencje i ich dostawców. Ustalając zasady dotyczące praw autorskich, agencje oraz dostawcy powinni pamiętać, że przeniesienie autorskich praw majątkowych oznacza, nie mniej nie więcej tylko to, że twórca nie będzie w przyszłości danego utworu wykorzystywał w swojej działalności. Aby przenieść na klienta autorskie prawa majątkowe do utworów, agencja w momencie przeniesienia musi sama je posiadać. Osobistych praw autorskich nie można przenieść, ale można je w umowie ograniczyć lub zrzec się korzystania z nich. Osobiste prawa autorskie przysługują tylko i wyłącznie twórcom - nie agencji, nie dostawcy, tylko osobie, która dany utwór stworzyła.

NDA

Mówi się, że dane są złotem XXI w. Dlatego też określeniu zasad ich ochrony przed ujawnieniem powinno się poświęcać szczególną uwagę w każdej dobrze skonstruowanej umowie eventowej. Poufność przy tym nie powinna obejmować wyłącznie informacji klienta. Wszak agencja oraz partner, również będą posiadali informacje, przed których wyciekiem chcieliby się chronić (dane o swoich podwykonawcach, dane dotyczące rozliczeń, czy też know-how agencji



CZY ZADAWALIŚCIE SOBIE KIEDYŚ TE, BĄDŹ PODOBNE PYTANIA?

„Co mogę zrobić jak klient nie zapłacił nam zaliczki, a do eventu został tydzień?”

„Czy klient może wykorzystywać moje koncepcje kreatywne przy dalszych realizacjach?”

„Co mogę zrobić, jeśli klient nie ustosunkowuje się do moich pytań?”

„Czy mogę robić zdjęcia pracownikom klienta?”

„Klient właśnie wypowiedział mi umowę na kilka dni przed eventem i mówi, że nie zapłaci. Czy on tak może?”

„Zostały 3 dni do eventu i nic nie jest gotowe. Co mogę zrobić?”

„Jak mogę wykorzystywać zdjęcia z imprezy?”

„Agencja prosi mnie o poufne dane. Jak mamy się zabezpieczyć?”

„Czy będę odpowiadał za błędy dostawcy?”

„Jak mam się zabezpieczyć, żeby otrzymać umówioną płatność?”

i dostawców, którego ujawnienie do konkurencji mogłoby generować dla nich znaczący spadek przychodów). Jako że w przypadku ujawnienia poufnych danych, ciężko jest często ustalić wartość szkody oraz związek między powstaniem szkody a działaniem naruszającego, w przypadku umów NDA powszechną i w pełni sensowną praktyką jest zastrzeżenie kar umownych. Tak ustalona kara jest niezależna od tego, czy doszło do powstania szkody. Dla powstania obowiązku zapłaty kary ważne jest tylko, że doszło do faktu naruszenia danego obowiązku zachowania poufności. Należy pamiętać, że jeżeli szkoda związana z ujawnieniem mogłaby przekraczać ustaloną karę, należy w umowie zastrzec prawo dochodzenia uzupełniającej odpowiedzialności na zasadach ogólnych.

JAKIE ELEMENTY NALEŻY USTALIĆ W ROZMOWACH NA TEMAT WARUNKÓW UMOWY?

Te, które później mogą być elementem konfliktu pomiędzy stronami. To najlepsza odpowiedź na tak postawione pytanie. Paradoksalnie najlepiej zacząć od końca, czyli od zasad wypłaty wynagrodzenia agencji lub dostawcy za realizowaną usługę (przy założeniu, że z samego briefu wynika już szczegółowo zakres zadań agencji/dostawcy). Elementami, które są w tym kontekście najbardziej problematyczne są:

Elementami, które są w tym kontekście najbardziej problematyczne są:



Zasady zaliczkowania kosztów eventu.

W tym zakresie powinniśmy dookreślić, czy klient jest gotowy cokolwiek przedpłacić. Jeżeli tak, to czy ma być to zaliczka, czy też zadatek, jaka ma być wysokość tej przedpłaty, kiedy wskazana zaliczka zostanie uregulowana i czyba przede wszystkim, jaki ma być skutek nieuiszczenia zaliczki/zadatku przez klienta. Osobiście, patrząc na sprawę z punktu widzenia agencji lub dostawcy, rekomendujemy, aby w sytuacji, w której strony ustalą jakąś formę zaliczki, brak wypłaty wiązał się z możliwością odstąpienia od umowy (czyli doprowadzenia do takiej sytuacji jakby ta umowa nigdy nie była zawarta). Takie odstąpienie jest oczywiście możliwe bez wprowadzania odpowiedniego zapisu do umowy, niemniej przepisy nie doprecyzowują jaki trzeba wyznaczyć klientowi termin na zapłatę, zanim się od umowy odstąpi (mówi się o terminie odpowiednim) i przede wszystkim wymagają (umowa może to odrębnie określać – np. przewidując szybszą formę mailową), aby oświadczenie o odstąpieniu zostało doręczone klientowi na piśmie (w oryginale), co w warunkach krótkich terminów do eventu może się okazać zdecydowanym utrudnieniem (dobrą praktyką jest wprowadzania

szczegółowego kosztorysu, obejmującego nie tylko generalne pozycje, ale też elementy składowe – np. pozycje artystyczne mogą zostać dookreślone poprzez wskazanie, ile kosztuje występ DJ'a, a ile zespołu muzycznego, bez nadmiernego uszczegóławiania i wyliczania ceny każdej „śrubki”). Należy sobie jasno powiedzieć – dla części agencji i części dostawców, zaliczkowanie usługi jest warunkiem możliwości jej realizacji. Nie posiadają oni często tak dużych środków finansowych, aby kredytować klienta do czasu zapłaty faktury głównej. Tym samym z ich punktu widzenia ten element może być potencjalnie bardziej wrażliwy niż kwestia zapłaty pozostałej części należności.



Termin i warunki zapłaty faktury za realizację eventu.

Gdy mowa o zapłacie pozostałej części należności, większość sporów na linii klient-agencja-partner dotyczących rozliczenia wykonanych prac rozbija się o kwestię kwestionowania części realizowanych usług. Nie wnikając w przyczynę licznych dyskusji pomiędzy partnerami eventu, za rekomendowane należy uznać wyraźne dookreślanie w umowie trybu akceptacji usług. Aby uniknąć sporu co do pełnej kwoty należności, należy wyraźnie określić jak wyceniany jest każdy element usługi, a w konsekwencji, które z nich, jako niekwestionowane, powinny zostać uznane przez klienta w pierwszej kolejności, a co do których strony mogą się spierać. W innym wypadku dyskusje o wynagrodzeniu agencji/dostawcy będą się odnosić zawsze do całej kwoty zlecenia. Warto również określić od czego zależy wymagalność faktury, tak aby najmniej było w tym uznaniowości. Dla przykładu umieszczanie postanowień uzależniających płatność faktury od jej akceptacji przez klienta stanowi poważne zagrożenie, jako że akceptacja klienta co do zasady zależy wyłącznie od jego uznania.

RODO

Gdy o poufności mowa, nie można zapomnieć w dyskusjach z klientem o uregulowaniu zasad przetwarzania danych osobowych. Tak jak nie ma jednej dobrej umowy dotyczącej przetwarzania danych osobowych, tak nie ma jednego generalnego zbioru zasad, jakimi powinno się kierować przy powierzaniu przetwarzania danych. W każdym przypadku odrębnie należy:

- 1) zidentyfikować dane, jakie będą przetwarzane,
- 2) ustalić kto i na jakiej podstawie będzie ich administratorem,
- 3) ustalić kto i na jakich zasadach będzie je przetwarzał,
- 4) ustalić kto jest obowiązany do wypełniania obowiązku informacyjnego i w jakim zakresie.

Bez odpowiedzi na powyższe pytania, nawet najlepszy wzór umowy o powierzenie przetwarzania danych będzie nieadekwatny, a tym samym będzie narażał strony umowy na odpowiedzialność przed PUODO.

Wyjście z umowy

Czasem będziemy mieli do czynienia z przypadkiem w którym klient, agencja lub partner będą chcieli lub musieli wycofać się z umowy albo powierzyć realizację umowy jakiemuś podmiotowi trzeciemu na ryzyko i koszt wykonawcy. Niejako wyprzedzając to, co może się wydarzyć, osoby przygotowujące umowy powinny zastrzec w nich postanowienia, które będą minimalizowały straty, w tym koszty, których się nie uda odzyskać lub pozwolą zmienić mało rzetelnego podwykonawcę na takiego, który jest większym gwarantem sukcesu.

Czy coś jeszcze?

W zależności od charakteru eventu, obowiązków stojących po stronie wykonawców, charakteru umowy łączącej strony (umowa ramowa lub na organizację konkretnego eventu), a także ilości stron zaangażowanych w event, elementów wymagających dookreślenia może być zdecydowanie więcej, niż to co zostało podane jako przykład powyżej – w szczególności przy organizacji incentive'ów na pograniczu usługi eventowej oraz usługi turystycznej. Niestety tak jak nie ma dwóch takich samych eventów, tak również nie powinno być dwóch takich samych umów eventowych. Każda powinna być dostosowana do konkretnego przypadku z poprzedzeniem jej szczegółową analizą potrzeb wszystkich stron. W innym wypadku umowa może się okazać bezużyteczna, a nawet może czynić więcej złego niż dobrego.

LIDERZY PRZYSZŁOŚCI W ZMIANIE

Do tej pory liderzy byli przyzwyczajeni do kontroli, co przekładało się na tworzenie planów i strategii. Tymczasem planowanie długoterminowe się nie sprawdza, a wiedza o zmieniającej się rzeczywistości nie wystarcza. Potrzebne są nowe kompetencje, wymagające od liderów ciągłej adaptacji do zmiany w nieprzewidywalnym świecie.

AUTOR:

Lena Czernecka

trener biznesu, facylitator turkusowej zmiany, psycholog, psychoterapeuta Gestalt. Od ponad 17 lat wspiera jednostki i organizacje, budując świadomość, rozwijając inteligencję emocjonalną i odporność psychiczną oraz pomaga liderom w zmianie i przekraczaniu barier.



www.lenaczernecka.com

Liderzy tworzą przyszłość – czyli jak wprowadzać zmiany w świecie V.U.C.A

Żyjemy w czasach, gdzie jedyną stałą jest zmiana. Rzeczywistość liderów w wielu organizacjach, a tym bardziej w branży eventów, jest nieprzewidywalna, zmienna, złożona i niejednoznaczna, a w dodatku pod presją i z pozornie zaangażowanymi pracownikami. Pomimo praktyki zarządzania i licznych programów rozwojowych liderzy mogą czuć się zagubieni w bieżącej rzeczywistości. Dzieje się tak dlatego, że do tej pory byli przyzwyczajeni do kontroli, co przekładało się na tworzenie planów i strategii. Tymczasem planowanie długoterminowe się nie sprawdza, a wiedza o zmieniającej się rzeczywistości nie wystarcza. Potrzebne są nowe kompetencje, by odnaleźć się w świecie, który po tragedii Wold Trade Center w 2001 roku został światem V.U.C.A. (z ang. volatile, uncertain, complex, ambiguity). Świat ten jest zmienny, złożony, niepewny i dwuznaczny. Wymaga od liderów ciągłej adaptacji do zmiany w nieprzewidywalnym świecie. Usłyszałam kiedyś, że przetrwanie w świecie nie jest obowiązkowe, jednak jeśli chcesz przetrwać to rozwój i zmiana są obowiązkowe. Jak więc wprowadzać zmiany i zarządzać zagubieniem swoim i innych?

Jak najczęściej reagujemy na zmianę?

Zazwyczaj reagujemy lękiem. Dlaczego boimy się zmian? Bo boimy się smutku. Każdej zmianie towarzyszą emocje, z którymi w większości nie jesteśmy zaprzyjaźnieni. Otoczenie chce nas zachęcić (mówi: nie smuć się, to minie, wyjdzie ci na dobre). Każdej zmianie towarzyszy lęk i smutek. Żeby wejść na nową górę, najpierw trzeba zejść ze starej. Jak zatem wprowadzać zmianę i zachęcać innych do jej szybszej adaptacji? Jak sobie samemu mniej szkodzić i tym samym wpływać jako lider na przyjęcie zmiany przez innych?

Zanim odpowiem na to pytanie, przytoczę eksperyment K. Blancharda. Wyobraź sobie, że stajesz naprzeciwko osoby, której nie znasz. Masz minutę, by w milczeniu poprzyglądać się sobie uważnie. Żadnych rozmów. Zapamiętujesz rysy twarzy, wygląd, cechy charakterystyczne. Po minucie obracasz się plecami i zmieniasz w swoim wyglądzie pięć rzeczy. Twój partner powinien móc dostrzec zmiany, gdy ponownie na ciebie spojrzy. Odwracasz się twarzą i identyfikujesz zmiany. Udało się. Myślisz, że to koniec. Tymczasem ponownie stań plecami naprzeciwko tej samej osoby i wprowadź kolejne dziesięć zmian. Powrót do poprzedniego wyglądu jest niemożliwy. Myślisz, że to szaleństwo, ale ten eksperyment wyraźnie pokazuje co dzieje się z ludźmi w zmianie.

ZADAM CI TERAZ TRZY PYTANIA:

? Jak się czułeś, obserwując partnera w milczeniu?
 ? Czy bliski kontakt z nieznaną osobą wzbudził twój entuzjazm, radość, poczucie komfortu? Raczej nie? A może spowodował zagubienie, skrepowanie i niepewność?. Ta odpowiedź jest ci bliższa. Dlaczego tak się dzieje?

 **Wniosek pierwszy brzmi: za każdym razem, gdy robisz coś nowego - reagujesz podobnie, bo robisz coś, czego nie znasz.**

? W jaki sposób wprowadzałeś zmiany? Czy w myślach pozbywałeś się kolejnych części garderoby, czy raczej coś dodawałeś? Zmiana, szczególnie związana z wysiłkiem, kojarzy się z rezygnacją, bo muszę coś sobie odjąć. Trudno od razu zobaczyć korzyści. Czy przyszło Ci do głowy, żeby sobie wzajemnie pomagać? To nie było zakazane.

 **Wniosek drugi: zmianę przeżywamy w osamotnieniu, pomimo faktu, że ten proces dotyczy wszystkich.**

? Na koniec zastanów się, co zrobisz w myślach po zakończonym eksperymencie? Wrócisz do poprzedniego wyglądu?

 **Wniosek trzeci: nawet jeśli czujesz się komfortowo po wprowadzeniu zmiany to i tak szybko z niej rezygnujesz. Trwała zmiana jest efektem jej wewnętrznego pragnienia, a nie powinnością. Decyzje podjęte pod wpływem racjonalnych przesłanek nie są tym samym, co wewnętrzne wybory.**

William Ury (przedstawiciel czołowej szkoły negocjacji) powiedział kiedyś: „W konfrontacjach zwyciężają ci, którzy, zanim ogłoszą zmianę i podejmą działanie na zewnątrz, mówią „tak” samym sobie”. Zagubienie lidera w świecie V.U.C.A wzmacnia zagubienie pracowników. Zagubienie podsyca nadzieję, że ktoś inny podejmie decyzję, weźmie odpowiedzialność i przeżyje te wszystkie uczucia.

Z tego stanu może wyrwać cię tylko jasny przekaz: NIKT NIE PRZYJDZIE. Gdy będąc liderem, przyjmiesz to do wiadomości, możesz zdecydować

czy wybierasz narzekanie, czy akceptujesz bycie w zmianie. To, co może pomóc zarządzić zagubieniem to system technik, których podstawą jest dyscyplina. Oznacza ona odsuwanie przyjemności, a przyjmowanie niewygodny (wspomnianego już momentu patrzenia w milczeniu na nieznaną osobę). Odsuwanie przyjemności zasila kontrolę emocji, bo daje przestrzeń na wyrażenie obaw, lęku i frustracji, dzięki czemu możesz zacząć działać. To z kolei pomaga pozostać wiernym faktom i nie okłamywać samego siebie.

JAK LIDER PRZYSZŁOŚCI WPROWADZA ZMIANY?

Pewnie spotkałeś się z opinią, że zmiana wzbudza opór. Prawda jest taka, że ludzie mniej oporują na zmianę, niż na fakt bycia kontrolowanym. Dlatego pracując z ludźmi i uczestnicząc w zmianie, warto zadać sobie pytanie: dlaczego inicjatywy wprowadzania zmian zawiodą?

TRZY PUŁAPKI LIDERÓW, KTÓRE POWODUJĄ, ŻE PROCES ZMIANY JEST NIEKONSTRUKTYWNY:



Revolucja, nie ewolucja. Szybkość rodzi przekonanie, że stare było złe, popełniliśmy błąd i koncentruje na szukaniu winnych. Wyobraź sobie, że od jutra znikają stacje benzynowe, a samochody będą tylko na prąd. Ktoś kontroluje twój wybór. Jest inny sposób, żeby przekonać społeczność do innowacji. Najlepszym przykładem są Szwedzi, którzy od kilka lat wprowadzają samochody na prąd i poprzez dotacje zachęcają obywateli do rezygnacji z zakupów samochodów z silnikiem spalinywym. Ewolucyjnie dążą do wycofania innych aut w perspektywie kilku lat. Takie podejście daje czas na dokonanie wyboru i prototypowanie nowego produktu.



Startowanie z czwartego biegu. Jeśli wprowadzamy zmianę, trzeba ją ogłosić. Pojawia się tu pułapka myślenia, że ogłoszenie zmiany jest tym samym, co jej wdrożenie. Każda zmiana jest jak uruchomienie silnika, żeby ruszyć, potrzeba wysokich obrotów, które słyszeć. Podobnie słyszeć ludzi, gdy dowiadują się o zmianie. Trzeba stworzyć przestrzeń na wyrażenie protestu i szoku, że będzie inaczej. Drugi bieg to miejsce na opór, smutek, złość. Pożegnanie starego. Zrobienie przestrzeni na nowe.

Dopiero na trzecim biegu zaczynamy odczuwać komfort jazdy, tak jak w zmianie powoli dostrzegamy, że zaczyna nam służyć. Urealniamy lęk i zaczynamy trenować nowe umiejętności. W miarę nabywania biegłości uznajemy, że zmiana rozwija i przynosi korzyści, pomimo początkowych obaw. Ten czwarty bieg to moment całkowitej akceptacji. Typowym błędem lidera jest ignorowanie faktu, że zmiana oznacza rezygnację z przyzwyczajień i komfortu. Trudno wtedy przekonać innych, że to szansa na rozwój. To, co pomaga, to uznanie dotychczasowych osiągnięć i zapewnienie wsparcia i trenowania nowych kompetencji w procesie adaptacji. Kluczowym czynnikiem jest postawa lidera, jego otwartość i zgodna na popełnianie błędów.



Pluszowatość. Grozi każdemu, kto uważa „ma być miło i przyjemnie”. Taki lider wpada w pułapkę męczennika, dba głównie o relacje i atmosferę w zespole, a inni mu ufają, i wyrażają sympatię. Co się dzieje, gdy „pluszowaty” lider ma wprowadzić zmianę, która jest niewygodna dla ludzi? Popełnia drugi typowy błąd – milczy do końca, a potem tłumaczy, że to odgórna decyzja i trzeba ją wdrożyć, a następnie uważa się nad sobą. Jest „pluszowaty” bo jest miękki. Brakuje mu odwagi i autentyczności do podjęcia autorytarnej decyzji, ale w taki sposób, żeby włączyć w to ludzi.

JAK WPROWADZAĆ ZMIANY I ANGAŻOWAĆ INNYCH?

1. **Zasada Fair Process** stworzona przez W. Chan Kim i Renee Mauborgne znana jako 3 E. Składa się z trzech etapów:

- **Engagement** – czyli zaangażowanie. Żeby zaangażować innych, wystarczy zapytać: co myślisz o tym projekcie, wydarzeniu, kliencie? Co stwarza problem? A następnie wysłuchać odpowiedzi. Dać poczucie, że każda wypowiedź jest ważna. Głównym celem tego etapu jest poznanie faktów, subiektywnej oceny pracownika w danej sytuacji. Dzięki odpowiedziom – lider może przygotować się do drugiego kroku.

- **Explanation** – to moment wyjaśnienia, dlaczego konieczna jest zmiana. Aby ludzie uwierzyli w konieczność zmiany, potrzebują zobaczyć zaangażowanie lidera wyrażone emocjami. Powiedzenie, że dana sytuacja ma wpływ, pokazuje ludzką twarz, bo przecież jego ta zmiana też dotyczy. Inaczej brzmi rozpoczęcie spotkania od „to dla mnie trudna decyzja, miałem nieprzespaną noc, jednak decyduje się na wprowadzenie takich zmian, bo..., niż „musimy zamknąć projekt, bo się nie opłaca”;

- **Expectation Clarity** – na tym etapie lider omawia, w jaki sposób będzie przebiegał proces zmian. Wyjaśnia i odpowiada na wątpliwości i jednocześnie definiuje oczekiwania. Taki proces angażuje ludzi i daje szansę na poznanie pełnej perspektywy. Jak pokazują badania autorów tej metody, podnosi morale w zespole oraz zwiększa autorytet lidera w oczach zespołu.

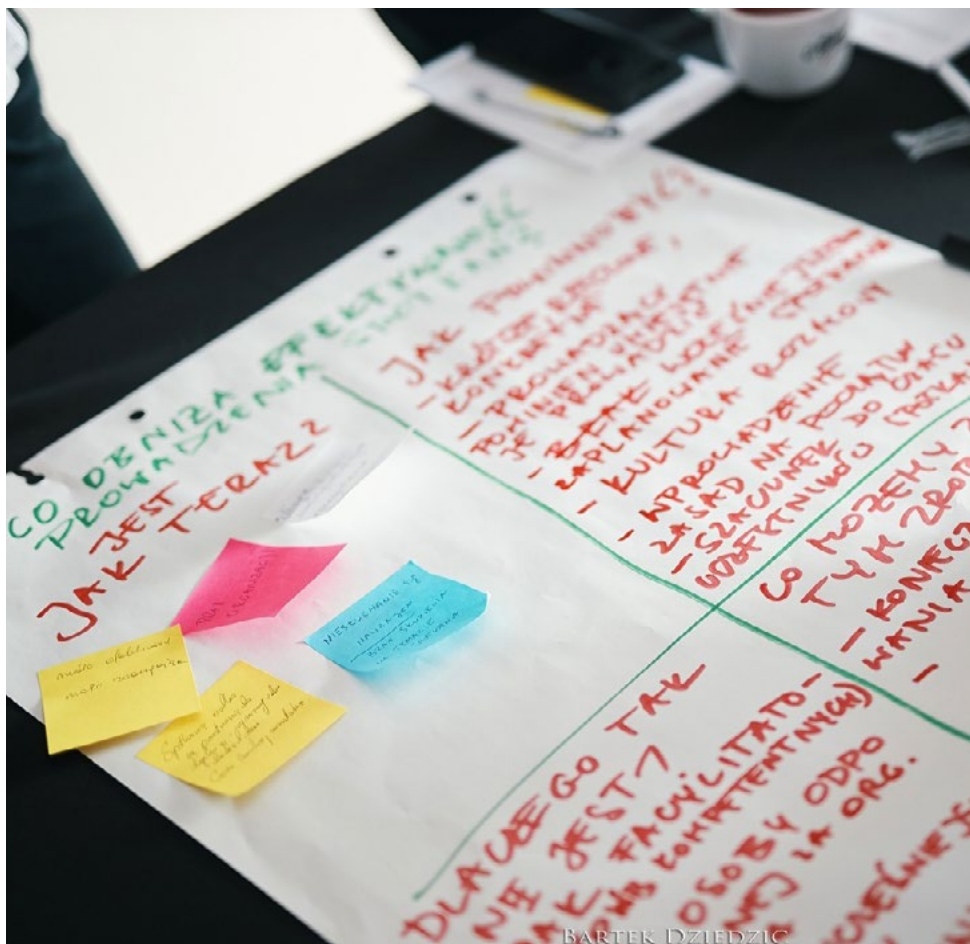
2. Model obaw w zmianie – narzędzie stworzone przez K. Blancharda, będące opisem sześciu poziomów zagubienia pracowników, wynikających z braku danych. Lider ma zadanie rozwiązać obawy, udzielając odpowiedzi pytania, dzięki czemu zmniejsza się poziom lęku, a wzrasta otwartość na adaptację do nowej sytuacji.

TE SZEŚĆ OBSZARÓW TO:

- 1. Zagubienie informacyjne:** Po co nam zmiana? Czym jest? Co teraz nie działa?
- 2. Zagubienie osobiste:** Co konkretnie zmieni się względem mnie? Czego mam się nauczyć?
- 3. Zagubienie procesu:** Jaka będzie struktura? Jaki będzie mój zakres odpowiedzialności?
- 4. Zagubienie wpływu:** Czy ta zmiana i ten wysiłek jest tego wart? W czym ta zmiana mnie rozwinie?
- 5. Zagubienie współpracy:** Kto jeszcze, oprócz mnie, uczestniczy w zmianie? Co inni wiedzą?
- 6. Zagubienie rozwoju:** Co będzie następnym krokiem? Czy to się opłaca? Czy warto?

Kiedy pracownik to wie, znika zagubienie, które rodzi napięcie i ustępuje miejsca czekaniu, które daje spokój. Warto na koniec dodać, że każde rozstanie, kończenie czegoś, weryfikuje moc

lidera do działania. Wszystko jest testem albo treningiem. A kotwicą bezpieczeństwa w świecie V.U.C.A jest akceptacja permanentnej zmiany.



TAJNIKI SEMANTYKI

Zgodnie z nurtem poznawczym to, w jaki sposób myślimy o ważnym dla siebie celu, ma kluczowe znaczenie dla jego osiągnięcia. Istotna jest tutaj świadomość, że mózg nie przetwarza faktów i nie ma zdolności odróżniania wyobrażeń od obiektywnej rzeczywistości. Umiejętność rozpoznawania i kontrolowania nawyków semantycznych, które na ogół są nieświadome, może okazać się pomocna w komunikacji z klientem.

AUTOR:

dr Tomasz Drożdż

psycholog, trener, coach PCC, psychoterapeuta poznawczo – behawioralny, specjalista psychoterapii uzależnień i mentor rozwoju osobistego.



Poniżej wyszczególniono najczęstsze nawyki semantyczne utrudniające realizację celów, na które warto zwrócić uwagę we własnej komunikacji i wypowiedziach klienta oraz propozycje, jak można z nim pracować w tego typu sytuacjach.

Ważne jest jednak zaakcentowanie, że to my nadajemy danym słowom znaczenie i określamy kierunek, w jakim chcemy pójść.

„To mnie stresuje”, „To mnie denerwuje”, „Klient mnie dołuje”, „Projekt mnie dobija”

To nie fakty powodują nasze zdenerwowanie, tylko nasza opinia na ich temat. To my sami się denerwujemy, ponieważ oceniamy daną sytuację w taki sposób, w który aktywujemy u siebie stres. Jeżeli będziemy mieli świadomość, że nasze emocje są wynikiem przekonań, będziemy mogli zmienić niektóre z nich, a tym samym zwiększymy prawdopodobieństwo osiągnięcia wyznaczonego celu. Emocje powstają w naszych mózgach, stąd też, w tej samej sytuacji ludzie zachowują się w różny sposób.

Ważne jest przyjęcie przez nas odpowiedzialności za własne emocje i uczucia.

Uogólnienia: zawsze, nigdy, nikt, każdy, wszyscy, nic itd. np. „nic mi się nigdy nie udaje”

Alfred Korzybski, pionier badań nad wpływem semantyki na zachowanie twierdził, że „zawsze i nigdy” nie odpowiadają rzeczywistości i należy „zawsze pamiętać, by nigdy ich nie używać”. Są to absolutystyczne stwierdzenia i rzadko, jeżeli w ogóle kiedykolwiek, odpowiadają rzeczywistości. Bardzo łatwo można znaleźć przykłady na nieracjonalność takiego myślenia. Niemniej jednak, myśląc w określony sposób, ludzki mózg stara się znaleźć potwierdzenie dla swoich przekonań, przetwarzając informacje o rzeczywistości w sposób, który jest z nimi zgodny. Zagrożeniem z tym związanym jest samospełniająca się przepowiednia „nic mi się nigdy nie udaje” i wyciąganie wniosków na podstawie naszej niepełnej lub wręcz zafałszowanej informacji.

Ważne, aby przy planowaniu celu rozważyć każdą sytuację ze względu na płynące z niej szanse i zagrożenia oraz skupienie się na konkretnym zachowaniu.

Porażka

Nie ma takiej rzeczy jak „porażka”, jest jedynie niepożądany rezultat. Słowo to niewiele znaczy, a jest bardzo silnie nacechowane negatywnymi emocjami. Wiele osób myślących w taki sposób chce, jak najszybciej zapomnieć o tym, co się wydarzyło. Z tego powodu nazwanie jakiegoś wydarzenia porażką

silnie wpływa na negatywny odbiór tej sytuacji i odbiera możliwość wyciągnięcia wniosków. Prowadzi to często do powtarzania tego samego zachowania i kolejnej „porażki”.

Ważne jest takie planowanie przez nas celów, aby wyciągając wnioski z niepożądanych rezultatów, zwiększać przy tym prawdopodobieństwo osiągnięcia przez nas tego, czego chcemy.

„Nie mogę, to jest niemożliwe”

Jeżeli zakładamy i jesteśmy szczerze przekonani, że nie możemy czegoś zrobić, to nasz mózg natychmiast podsunie nam wiele powodów, dla których „nie może tego zrobić” i najprawdopodobniej nie podejmiemy żadnego konstruktywnego działania. Mózg rozumie oraz przetwarza wyrazy w sposób dosłowny i zaczyna gromadzić dowody potwierdzające zwerbalizowane uprzednio spojrzenie na świat. Ma to negatywny wpływ na obiektywne dostrzeganie szans i zagrożeń związanych z daną sytuacją oraz na możliwość znalezienia rozwiązań. Jeśli z kolei jesteśmy przekonani, że możemy coś zrobić, przychodzą nam często na myśl gotowe rozwiązania i sposoby



Model Zdrowej Semantyki jest częścią Racjonalnej Terapii Zachowania (RTZ) spójnego i wszechstronnego systemu psychologicznego opartego na nowoczesnej teorii uczenia się oraz neurofizjologii. Metoda należy do nurtu poznawczo – behawioralnego, a jej twórcą jest znany psychiatra amerykański Dr Maxie C. Maultsby, Jr. Metoda wykorzystywana jest często w biznesie, coachingu i poradnictwie, a także terapii i pomocy psychologicznej. Istotną rolę odgrywają w programie takie zagadnienia, jak: ABCD emocji, zasady semantyki, zmiana nawyków poznawczo-emocjonalnych oraz zasady racjonalnego myślenia.

poradzenia sobie z daną sytuacją. Poprzez stworzenie wyobrażeń odczuwamy także przyływ energii i czujemy się zmotywowani, by zrobić pierwsze kroki w pożądanym kierunku.

Ważne jest dokonanie dokładnej kalkulacji tego, co jest potrzebne do realizacji danego zadania i jeżeli to konieczne, ewentualne świadome zaniechanie działania ze względu np. na zbyt duże koszty.

Muszę

Przymus oznacza brak wyboru, co prawie nigdy nie jest rzeczywistością, a w naszej kulturze kojarzony jest bardzo negatywnie. Jeżeli myślimy, że coś „musimy” zrobić, to często cel przestaje mieć dla nas pozytywną wartość. Dodatkowo zaczynamy szukać możliwości „obejścia” przymusu i odczuwamy nieprzyjemne emocje. Wierząc, że jesteśmy zmuszeni coś zrobić, nawet coś, co lubimy robić, odczuwamy złość, spadek motywacji i energii. Słowa „muszę” można użyć w zdrowy sposób w formie warunkowej np. jeżeli chcę utrzymać rodzinę, to muszę pracować. Jednak zrobienie wszystkiego, by utrzymać rodzinę, pozostaje wyborem.

Ważne jest uświadomienie sobie, że w zdecydowanej większości sytuacji w życiu dokonujemy wyboru. Wybór może być bardziej lub mniej pożądanym,

ale istnieje. W rzeczywistości sami wybieramy wykonywanie istotnych dla nas zadań w związku z tym, że czegoś chcemy lub chcemy czegoś unikać. Uświadomienie sobie to, czego chcemy i co jest dla nas ważne, ma podstawowe znaczenie i jest kluczowe dla osiągnięcia istotnych dla nas celów. Mając świadomość wyboru, możemy również świadomie zrezygnować z niektórych zadań.

Trudne, problem

Podobnie jak „muszę” stwierdzenie „to jest trudne” działa, jak „bloker” zmniejszający prawdopodobieństwo osiągnięcia celu. Jest to znakomita „furtka”, z której korzystamy, nie mając ochoty czegoś zrobić. Myśląc o czymś w taki sposób, często usprawiedliwiamy sami przed sobą unikanie wyzwań, jakie niesie ze sobą życie. Są jednak także osoby, dla których myślenie, że coś jest „trudne” wiąże się ze zwiększeniem motywacji.

Ważne jest takie sformułowanie przez nas celów, aby uniknąć myślenia o nich w kategoriach problemu. Warto raczej pamiętać, że cel stanowi wyzwanie, z którego płyną potencjalne korzyści. W rzeczywistości większość z tego, co jest ważne i wartościowe w życiu np. studia, praca, rodzina, wymaga czasu i wysiłku.

Spróbuję



www.optimotiv.pl

Myśląc o osiągnięciu jakiegoś celu w kategoriach „spróbuję” dajemy sobie prawo do wahania i zaniechania czynności często jeszcze przed jej wykonaniem. Jest to kolejna wymówka zmniejszająca prawdopodobieństwo osiągnięcia celu, a także jeden ze skuteczniejszych zabójców motywacji, ponieważ od początku sugeruje możliwość niepowodzenia. Słowo to zmienia znaczenie w sytuacji, gdy dana osoba wy-

konuje jakieś zadanie lub czynność po raz pierwszy, np. „spróbuję teraz zjechać na nartach”.

Ważne jest uświadomienie sobie różnicy pomiędzy „próbowaniem”, a „działaniem”. Jeżeli mamy jasno określony cel, istotne abyśmy zaczęli go realizować. Myślenie o możliwej porażce, po pierwsze jest źródłem stresu, a po drugie znacznie

utrudnia skuteczne działanie i jego realizację.

„Tak, ale...”

Jest innym sposobem na powiedzenie „nie”, a jednocześnie odbiera negacji możliwości rzeczowej dyskusji o jej przyczynach. Często usprawiedliwiamy także w ten sposób działanie w sposób nawykowy.

Ważne: „ale” jest „kasownikiem” to, co jest po „ale” często przeczy temu, co jest przed „ale”. Warto się upewnić, czy ktoś zgadza się z naszą argumentacją, czy nie.

„Nie mam czasu”

Czas nie może być „posiadany”, nie można go więc też „stracić”. Stwierdzenia takie budują alibi dla naszej nieskuteczności i zapobiegają chęci wzięcia odpowiedzialności za siebie. Doba umownie trwa 24 godziny i upływa ze stałą szybkością niezależnie od naszej percepcji.

Ważne jest, abyśmy uświadomili sobie, że sami ustalamy priorytety i określamy, co jest dla nas ważne, ważniejsze i najważniejsze w ramach tych 24 godzin. Czas jest „nierozciągliwy”, dlatego konieczna jest jego świadoma organizacja. Dopiero z tą świadomością można zaplanować i zrealizować pewne czynności lub świadomie z nich rezygnować.

„Nie miałem okazji tego zrobić”

Podobnie jak „czas”, „okazja” jest doskonałą wymówką dla „niezrobienia tego, czego nie chcemy i nie mamy na to ochoty”.

Ważna jest świadomość zasobów i przyjęcie odpowiedzialności za realizację celu.

PROFESJONALNY ORGANIZATOR KLUCZEM DO SUKCESU WYJAZDU INCENTIVE

Motywacja, wzmocnienie relacji, a w dłuższej perspektywie budowa lojalności pracowników oraz partnerów biznesowych, to podstawowe cele incentive travel. Z roku na rok coraz więcej firm przekonuje się o skuteczności tego narzędzia biznesowego. Kluczem do sukcesu jest wybór właściwego organizatora wyjazdu.

AUTOR:

Daria Rzadkiewicz

Head of Operations & PR,

Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel



Firma zlecająca realizację wyjazdu powierza agencji incentive swój największy „skarb” - najważniejszych pracowników, partnerów lub kluczowych klientów, dla których jest to nagroda za wyróżniające się wyniki. Dlatego tak ważne jest, aby wyjazd ten został „uszyty na miarę” przez doświadczonego i rzetelnego organizatora, który zadba o najmniejsze szczegóły projektu. Organizator wyjazdu bierze na siebie ogromną odpowiedzialność, nie tylko za efektywność programu i bezpieczeństwo uczestników, ale też za wizerunek zleceniodawcy.

Sprawdź uprawnienia organizatora

Każdy profesjonalny organizator powinien przede wszystkim spełniać kryteria formalne pozwalające mu na realizację usługi incentive travel, a więc wypełniać obowiązki organizatora turystyki, które nakłada na niego ustawa z dnia 24 listopada 2017 r. o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych.

Wyjazd incentive jest imprezą turystyczną, więc każdy organizator ma ustawowy obowiązek posiadać wpis do Centralnej Ewidencji Organizatorów Turystyki i Przedsiębiorców Ułatwiających Nabywanie Powiązanych Usług Turystycznych. Centralna

Ewidencja prowadzona jest na podstawie danych dostarczanych przez marszałków województw, którzy prowadzą rejestr organizatorów turystyki w danym województwie.

Impreza turystyczna to połączenie co najmniej dwóch różnych rodzajów usług turystycznych na potrzeby tej samej podróży lub wakacji, pod warunkiem, że nabywane są w jednym punkcie sprzedaży czy oferowane są w jednej cenie całkowitej, która obejmuje wszystkie te usługi. Wszystkie usługi, które spełniają ustawową definicję imprezy turystycznej, powinny być realizowane wyłącznie przez organizatorów posiadających wpis do rejestru Organizatorów Turystyki i Przedsiębiorców Ułatwiających Nabywanie Powiązanych Usług Turystycznych. Niestety na polskim rynku funkcjonuje wiele firm, które bez uprawnień organizują wyjazdy incentive, kusząc niską ceną i wykorzystując niewiedzę klientów. Nierzadko też agencje eventowe czy marketingowe, które poszerzają swoje portfolio usług o wyjazdy motywacyjne, nie zdają sobie sprawy, iż zaczynają realizować usługi, które podlegają ustawie z dnia 24 listopada 2017 r. o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych. Zgodnie z ustawą wpis do rejestru obowiązuje już na etapie ofertowania usługi. Niewiedza takiego organizatora

nie zwalnia go z odpowiedzialności za imprezę i jej uczestników oraz poniesienia konsekwencji prawnych czy odpowiedzialności karnej za działania niezgodne z prawem.

Zweryfikuj zabezpieczenia finansowe

Obecny system zabezpieczeń finansowych jest złożony z dwóch filarów i gwarantuje zwrot 100% kosztów poniesionych przez zleceniodawców wyjazdów w przypadku utraty płynności finansowej i ogłoszenia niewypłacalności przez organizatora turystyki. Organizator wyjazdu powinien posiadać odpowiednio wysokie zabezpieczenie finansowe w postaci np. gwarancji ubezpieczeniowej (1 filar) oraz prowadzić comiesięczną składkę do Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego (2 filar) za każdego klienta-osobę, biorącą udział w imprezie turystycznej.

Warto zweryfikować, na jaką kwotę jest gwarancja ubezpieczeniowa organizatora oraz jaki jest jej zakres terytorialny (Polska, Europa, kraje pozaeuropejskie), jaki zakres usług turystycznych obejmuje oraz jakiego rodzaju transportu dotyczy (np. czy dotyczy czarterów). Należy zwrócić szczególną uwagę na wysokość sumy gwarancyjnej, która zależy od obrotów organizatora - czy jest ona wystarczająca jako zabezpieczenie wyjazdu. Minimalna kwota ustawowa dla organizatorów korzystających z lotów czarterowych wynosi ponad 320 000 PLN. Dla porównania SOIT rekomenduje gwarancje na poziomie minimum 500 000 PLN. Firmy, które zlecają organizację wyjazdu incentive agencjom marketingowym korzystającym z touroperatorów jako poddostawców, powinny być również świadome, że agencja marketingowa jako organizator wyjazdu ma także ustawowy obowiązek posiadania wpisu do rejestru oraz wymagane gwarancje ubezpieczeniowe. Gwarancje poddostawcy nie chronią zleceniodawcy takiego wyjazdu.

To czy organizator ma odpowiednie uprawnienia i zabezpieczenia finansowe można sprawdzić na stronie Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego <https://ewidencja.ufg.pl/>

Korzystaj z doświadczonych agencji

Według Stowarzyszenia Organizatorów Incentive Travel (SOIT) o skuteczności incentive travel decyduje: prawidłowy wybór kierunku i programu dopasowanego do grupy docelowej oraz postawionych celów, szczegółowe planowanie, wysoki poziom dbałości o bezpieczeństwo uczestników oraz kompleksowa obsługa podróży na każdym etapie jej trwania.

Ważne więc jest, aby organizator posiadał doświadczenie w realizacji projektów incentive, najlepiej poparte referencjami od innych klientów, znał bardzo dobrze specyfikę danej destynacji oraz współpracował ze sprawdzonymi dostawcami na miejscu. To właśnie doświadczone agencje posiadają wypracowane przez lata kontakty i unikalny know-how w projektowaniu scenariuszy wyjazdów. Warto korzystać z ekspertów od konkretnych kierunków, a także z agencji incentive, które są wyspecjalizowane w określonym rodzaju wyjazdów np. sportowych, kulinarnych czy enologicznych. Pomocne w poszukiwaniu organizatora wyjazdu incentive travel są organizacje branżowe np. SOIT, który wobec zrzeszonych agencji incentive stosuje wysokie kryteria obejmujące wskaźniki zapewniające bezpieczeństwo i jakość realizacji usług incentive travel.

Stosuj dobre praktyki przetargowe

Firmom, które zdecydują się na zorganizowanie przetargu na usługi incentive travel, przydatne będą wskazówki i dokumenty rekomendowane w „Białej Księdze Branży Komunikacji Marketingowej – najlepsze praktyki i narzędzia przetargowe”. Biała Księga to pigułka standardów i wiedzy, która powstała w wyniku Dialogu Branżowego zainicjowanego przez SAR (Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej) i PSML (Polskie Stowarzyszenie Menedżerów Logistyki i Zakupów), do których dołączyły inne organizacje branżowe, w tym SOIT jako partner merytoryczny w obszarze incentive travel.

W rezultacie kilku miesięcy prac projektowych eksperci z działów zakupów oraz SOIT opracowali naj-

lepsze praktyki prowadzenia przetargów i procesu zakupu usług incentive travel, które pozwalają przeprowadzić postępowanie przetargowe w sposób najbardziej efektywny. Dla zakupu incentive travel oznacza to chociażby unikanie double booking'u i sztucznego windowania cen w systemach rezerwacyjnych hoteli i linii lotniczych. W ramach dialogu opracowano ponadto dokumenty, takie jak:

- Wzór dwustronnej umowy o poufności
- Zapytanie o informacje Incentive Travel tzw. RFI
- Brief – przetarg Incentive Travel RFQ
- Brief – przetarg Incentive Travel RFP
- Wzór kosztorysu Incentive Travel
- Arkusz Oceny w przetargu RFP Incentive Travel

Narzędzia te będą pomocne w procesie komunikacji z potencjalnymi dostawcami i w dokonaniu wyboru właściwej agencji incentive. Realne korzyści stosowania praktyk i narzędzi wypracowanych w Białej Księdze to także zwiększenie efektywności procesu przetargowego oraz poprawa relacji jakość – cena, a także pozytywny wpływ na transparentność relacji z organizatorem wyjazdu. Rozdział Białej Księgi dotyczący Incentive Travel dostępny jest na stronie: <https://dobryprzetarg.com.pl/>.

Co jeszcze warto wiedzieć o organizatorze?

Poszukując właściwej agencji do realizacji projektu incentive travel, należy sprawdzić także podstawowe źródła informacji o organizatorze, które mogą być pierwszym etapem weryfikacji - jak strona internetowa czy profile w social media. Rzetelna agencja bez wahania przedstawi także oświadczenia o niezaleganiu z płatnościami publicznoprawnymi (ZUS, Urząd Skarbowy) czy o braku wpisu do Krajowego Rejestru Długów. Poszukując najlepszych dostawców, warto sprawdzić członków organizacji branżowych oraz laureatów nagród branżowych i biznesowych. Szczególnie w obecnej sytuacji warto zainwestować w sprawdzonych, doświadczonych i bezpiecznych dostawców.

UKRYTA SPOŁECZNOŚĆ

Organizatorzy wydarzeń zaczną śledzić i analizować ukryte rozmowy społecznościowe. Termin „ukryta społeczność” jest często podrzucany przez marketerów. Czym jest „dark social”, jak wpływa na twoją markę i jak ją mierzyć?

AUTOR:

dr Krzysztof Celuch

prezes Celuch Consulting; trener, konsultant biznesowy, wykładowca akademicki. Specjalizuje się w doświadczeniu wydarzeń, przywództwie, event marketingu.

Aplikacje do przesyłania wiadomości wciąż się rozwijają – i proces ten nie będzie miał końca – oferując wiele nowych możliwości marketerom.

Nagroda: miliardy aktywnych użytkowników miesięcznie, w tym upragnieni klienci Millennial i Generation Z. Ukryta społeczność jest formą ruchu przypisanego do niewłaściwego kanału. Według szacunków 12,1% użytkowników mobilnych w USA używa WhatsApp, a 56,8% używa Facebook Messenger. Firma marketingowa RhythmOne twierdzi, że ponad 80% wszystkich akcji stanowią te „ciemne”. To znaczy, że opiera swoje środki reklamowe tylko na 20% tego, co się faktycznie dzieje.

Przejdź się po ciemnej stronie:

- Ułatw udostępnianie treści uczestnikom, aby mogli udostępniać je za pośrednictwem preferowanych kanałów komunikacji.

- Użyj śledzonych linków, aby lepiej zidentyfikować osoby, które trafiły do treści za pośrednictwem ciemnych serwisów społecznościowych.
- Korzystaj z wiadomości tekstowych - to dobry sposób na zwrócenie uwagi odbiorców.
- Dzięki komunikatorowi Facebook, który teraz podłącza się do stron internetowych z funkcją czatu,

zaczniemy widzieć znacznie więcej firm korzystających z tego bezpośredniego odwołania. Facebook użył własnego bota komunikatora na konferencji F8 w 2019 roku, aby ułatwić uczestnikom łączenie się i dostarczanie aktualizacji na nadchodzące sesje.

www.celuchconsulting.com



PRZEGLĄD EVENTÓW

Od wielu lat branża eventowa nie przestaje zaskakiwać pomysłami, a nowa rzeczywistość, w której się znaleźliśmy, pokazała alternatywny wymiar wydarzeń. Prezentujemy wybrane realizacje ostatnich miesięcy: wydarzenia sprzed wybuchu pandemii oraz te, zorganizowane w nowej formule.



KAMPANIA SPOŁECZNA ODBLASKOWI.PL

INNOWACYJNOŚĆ WYDARZENIA

Głównym naszym filarem są eventy, które organizujemy lub na których gościmy, ale w tym roku uruchamiamy również Akademię Odblaskowej Zebry oraz sklep online, z którego część dochodu będzie trafiać na pomoc ofiarom wypadków drogowych.

MOTYW PRZEWODNI

Odblaskowy Patrol rozdający odblaski. Odblaskowi.pl to ogólnopolska kampania społeczna, której celem jest zaszczepienie w Polakach nawyku noszenia odblasków. Od 10 lat nasz Odblaskowy Patrol z Zebłą na czele przemierza Polskę i uświadamia, że nawet mały element odblaskowy może niejednokrotnie uratować życie.

OPIS WYDARZENIA

Budujemy odblaskową strefę, a nasz Odblaskowy Patrol poprzez edukacyjne gry i zabawy uczy bezpiecznych zachowań na drogach i rozdaje uczestnikom bezpłatne odblaski. Twarzą kampanii jest Odblaskowa Zebra, która uczestniczy w każdym naszym wydarzeniu i razem z hostessami animuje otoczenie.



Nazwa wydarzenia:

Kampania Społeczna Odblaskowi.pl



Firma/organizacja dla której wydarzenie było realizowane:

szkoły, przedszkola, centra handlowe, firmy i miasta



Nazwa agencji/organizatora:

Agencja Marketingowa Emblematic.com



Data realizacji:

Cały rok



Miejsce:

Cała Polska



Liczba uczestników wydarzenia:

30 000



Liczba osób zaangażowanych w projekt:

W kampanię jest zaangażowanych bardzo dużo osób – od obsługi eventów po Partnerów oraz Ambasadorów.



PREMIERA PORSCHE 911 „DŹWIĘK LEGENDY”

INNOWACYJNOŚĆ WYDARZENIA

Technologia pozwalająca sterować efektami wizualnymi w obrazie za pomocą sygnału dźwiękowego z miksera – opartego o stworzony specjalnie na tę okazję utwór inspirowany brzmieniem nowego modelu Porsche 911 autorstwa Andrzeja Smolika.

MOTYW PRZEWODNI

Porsche 911 Dźwięk Legendy. Budując premierowe show, Agencja Walk Events zaprosiła do współpracy najbardziej zasłużonego twórcę na polskiej scenie muzyki elektronicznej, Andrzeja Smolika. Stworzył on kilkunastominutowy utwór oparty na brzmieniu nowego modelu 911, który stał się kanwą multimedialnej opowieści o historii i wartościach marki. W tym celu, w studio nagrany został dźwięk nowego Porsche 911. Wizją było przedstawienie historii, sportowych osiągnięć, design'u i luksusu nowego 911 za pomocą niezapomnianego widowiska.

OPIS WYDARZENIA

„Porsche 911 – Dźwięk Legendy” to pierwsza od ponad 7 lat premiera kolejnej ewolucji najważniejszego i najbardziej kultowego modelu marki. Podczas eventu uczestnicy doświadczali na własnej skórze kluczowych wartości marki - kwintesencję sportowych osiągnięć, design'u i luksusu zaprezentowanych podczas kilkunastominutowego, wielowymiarowego widowiska pod batutą Andrzeja Smolika sterującego muzyką, obrazem, światłem, ruchem ekranów i samej sceny.



Nazwa wydarzenia:

Premiera Porsche 911 „DŹWIĘK LEGENDY”



Firma/organizacja dla której wydarzenie było realizowane:

Volkswagen Group Polska [Porsche Polska]



Nazwa agencji/organizatora:

Walk Events Sp. z o.o.



Data realizacji:

Luty 2019 r.



Miejsce:

Gdańsk – Teatr Szekspirowski



Liczba uczestników wydarzenia:

Ponad 900 osób



Liczba osób zaangażowanych w projekt:

7 osób z agencji +5 osób z zewnątrz



BARISTA OF THE YEAR - EUROPEAN FINAL

INNOWACYJNOŚĆ WYDARZENIA

Dynamiczna, ściśle określona kryteriami zawodów europejskich impreza z zapewnieniem przeróżnych wymagań wszystkich baristów (indywidualne koncepcje realizowane na żywo), udziałem publiczności live oraz streamem wydarzenia na kanałach social mediach Costa Coffee.

MOTYW PRZEWODNI

Konkurs na najlepszego baristę w Europie.

OPIS WYDARZENIA

Coroczne wydarzenie, podczas którego najlepsi bariści (wyłaniani wcześniej w lokalnych i ogólnokrajowych konkursach we wszystkich krajach) walczą na żywo w dwóch konkurencjach ('autorski, kawowy drink dowolny' oraz 'espresso race') na oczach publiczności o tytuł najlepszego baristy roku w Europie. Zmagania ocenia wysoko wyspecjalizowane grono ekspertów (sędziów sensorycznych i technicznych) z Europy. Uczestnicy wydarzenia: teamy fanów wspierających uczestników, Costa Coffee (Polska, UK), sponsorzy, dziennikarze. Całość wydarzenia realizowana w języku angielskim (prowadzący, konkurs, show iluzjonistyczny). Jedną z dodatkowych atrakcji stanowiła specjalnie zaaranżowana chilloutowa 'kawiarnia' Costa, obsługiwana przez utytułowanych baristów z kawą i cateringiem, który na co dzień znajdziemy w każdej sieciowej kawiarni Costa Coffee.



Nazwa wydarzenia:

Barista of The Year - European Final



Firma/organizacja dla której wydarzenie było realizowane:

Costa Coffee



Nazwa agencji/organizatora:

Event Design Group



Data realizacji:

25 maja 2019 r.



Miejsce:

Warszawa, Koneser, Sala Butelkownia



Liczba uczestników wydarzenia:

250 - 300 osób



Liczba osób zaangażowanych w projekt:

Koordynacja ze strony Agencji - 3 osoby. Ilość osób zaangażowanych w projekt, czyli podwykonawców: ponad 20 osób.



FLUO PARTY

INNOWACYJNOŚĆ WYDARZENIA

Dopasowanie scenografii, lamp UV, mebli ledowych oraz atrakcji w taki sposób, aby tworzyły współgrającą całość, oddającą fluorescencyjny efekt.

MOTYW PRZEWODNI

Koncepcja FLUO Party powstała z myślą o najbardziej wymagających i kreatywnych Klientach. Cała aranżacja sali wielofunkcyjnej WCK opierała się na fluorescencyjnych kolorach oraz lampach UV. Wśród wielu atrakcji pojawiły się m.in. mash machine, silent disco, stanowiska z make'upem UV czy odbłaskowe maszyny do gier. Całość dopełniły świecące fluo-gadżety, rozdawane uczestnikom podczas imprezy przez hostessy.

OPIS WYDARZENIA

W czerwcu tego roku mieliśmy przyjemność, zmierzyć się z dużym wyzwaniem jakim było, zorganizowanie dorocznej konferencji połączonej z wieczorną imprezą integracyjną. Chcąc stworzyć oryginalny pomysł, postawiliśmy na FluoParty. Unikatowa scenografia, dedykowane atrakcje, gadżety, a także światło UV stworzyły magiczną atmosferę.



Nazwa wydarzenia:
FLUO Party



Firma/organizacja dla której wydarzenie było realizowane:
Branża logistyczna



Nazwa agencji/organizatora:
PowerEvents



Data realizacji:
Czerwiec 2019 r.



Miejsce:
Wrocławskie Centrum Kongresowe



Liczba uczestników wydarzenia:
800



Liczba osób zaangażowanych w projekt:
70



CC4ES – CYBERSECURITY CONFERENCE FOR ENERGY SECTOR

INNOWACYJNOŚĆ WYDARZENIA

Pierwszy w Polsce warsztat polegający na złamaniu zabezpieczeń (4 poziomy) specjalnie na tę okazję przygotowanego serwera. Prelegentami i szkoleniowcami byli znani w branży IT amerykańscy eksperci, którzy po raz pierwszy poprowadzili takie zajęcia w Polsce.

MOTYW PRZEWODNI

Motywnym przewodnim eventu był szeroko pojęty temat cyberbezpieczeństwa z naciskiem na umiejętności, dzięki którym uczestnicy będą mogli w razie konieczności zidentyfikować i odeprzeć cyberatak.

OPIS WYDARZENIA

CC4ES to międzynarodowy warsztat z udziałem ekspertów z całego świata w dziedzinie cyberbezpieczeństwa. Podczas wydarzenia Goście mieli możliwość poznać najnowsze trendy w branży, wymienić się doświadczeniami i sprawdzić się w pierwszych zawodach w Polsce polegających na złamaniu zabezpieczeń specjalnie na tą okazję przygotowanego przez ekspertów z USA serwera.



Nazwa wydarzenia:

CC4ES – Cybersecurity Conference for Energy Sector



Firma/organizacja dla której wydarzenie było realizowane:

PSE – Polskie Sieci Elektroenergetyczne



Nazwa agencji/organizatora:

Power Sp. z o.o.



Data realizacji:

17-19 czerwca 2019 r.



Miejsce:

Double Tree by Hilton Krakow Hotel & Convention Center,
ul. Dąbska 5, 31-572 Kraków



Liczba uczestników wydarzenia:

300



Liczba osób zaangażowanych w projekt:

6

HARD DOWNHILL LEAGUE 2019 - UCI C2

INNOWACYJNOŚĆ WYDARZENIA

Zawody sportowe w kolarstwie górskim, na wysokim międzynarodowym poziomie, odbywające się na nowo powstałej trasie która jest zdecydowanie najdłuższą oraz najtrudniejszą trasą w historii kraju.

MOTYW PRZEWODNI

Międzynarodowe zawody sportowe w kolarstwie górskim. Popularyzacja i rozwój ekstremalnej odmiany kolarstwa górskiego, jakim jest Downhill, w Polsce. Indywidualne zjazdy rowerowe po stromych i kamienistych stokach Skrzycznego są bardzo widowiskowe, pełne adrenaliny i emocji.

OPIS WYDARZENIA

Puchar Europy w zjeździe kolarstwa górskiego, zmagania czołowych zawodników kontynentu podczas jednych z najbardziej wymagających i widowiskowych zawodów odbywających się na terenie Polski. Dla najlepszych Polskich zawodników, jest to doskonała okazja do sprawdzenia swych umiejętności na trasie o długości 3,5 km oraz o przewyższeniu ponad 600m!



Nazwa wydarzenia:

Hard Downhill League 2019 - UCI C2



Firma/organizacja dla której wydarzenie było realizowane:

Miasto Szczyrk



Nazwa agencji/organizatora:

Fundacja For Event



Data realizacji:

29-30 czerwca 2019 r.



Miejsce:

Szczyrk, góra Skrzyczne



Liczba uczestników wydarzenia:

1000



Liczba osób zaangażowanych w projekt:

50



LATO Z RADIEM FESTIWAL

INNOWACYJNOŚĆ WYDARZENIA

- 135 osób, zaangażowanych w realizację Festiwalu
- ponad 400 artystów, biorących udział w Festiwalu
- organizacja kilkugodzinnych setów koncertowych, plenerowych studiów radiowych oraz stref aktywności
- 14 tirów sprzętu, które przejechały ponad 6.000 km
- scena o powierzchni 526 m² i wadze blisko 60 ton
- ponad 200m² diody na jedno miasto
- 250 urządzeń oświetleniowych
- 420 metrów bieżących materiałów scenograficznych
- 700 m² promocyjnych i informacyjnych powierzchni banerowych

MOTYW PRZEWODNI

Promocja Polskiego Radia oraz każdego z miast, które znalazło się na trasie Festiwalu. Pokazanie publiczności oraz słuchaczom Polskiego Radia nowej formuły Lata z Radiem, która pierwszy raz w swojej historii miała formę trasy festiwalowej, biegnącej przez cztery miasta, podczas której, oprócz koncertów każdy uczestnik mógł znaleźć dla siebie interesującą ofertę w ogólnodostępnych strefach tematycznych - rodzinnej, relaksu i muzycznej oraz foodtrucków.

OPIS WYDARZENIA

Największy plenerowy projekt antenowy Polskiego Radia, w ramach którego zrealizowanych zostało 37 koncertów z udziałem czołowych polskich artystów, m.in.: Kayah, Krzysztof Zalewski, Katarzyna Nosowska, Kasia Kowalska, Perfect, Julia Pietrucha, Król, Siostry Przybysz, Voo Voo, Fisz Emade Tworzywo, Porter/Mazolewski, Barbara Wrońska, Kortez, Daria Zawiałow, Skubas, Mela Koteluk, Orkiestra ze Wsi Warszawa, Warszawskie Combo Taneczne. Projekt uwzględniał plenerowe audycje na żywo, transmitowane do poszczególnych anten Polskiego Radia (Jedynka, Dwójka, Trójka, Czwórka) z trzech stref, rozmieszczonych w różnych częściach miasta - muzycznej, rodzinnej oraz relaksu.



Nazwa wydarzenia:

Lato z Radiem Festiwal 2019



Firma/organizacja dla której wydarzenie było realizowane:

Polskie Radio S.A.



Nazwa agencji/organizatora:

Concept Music Art Sp. z o.o.



Data realizacji:

czerwiec - sierpień 2019 r.



Miejsce:

Zakopane, Puck, Stalowa Wola, Kraków



Liczba uczestników wydarzenia:

ok. 60.000 widzów



Liczba osób zaangażowanych w projekt:

Team Realizacyjny - (produkcja plus koordynacja na miejscu) - 25 osób
Team Techniczny - 110 osób



FLESZ FASHION NIGHT- NEXT LEVEL

INNOWACYJNOŚĆ WYDARZENIA

Nieszablonowy pokaz mody, który został zapamiętany przez gości w równym stopniu ze względu na kolekcje topowych polskich projektantów, jak i całą oprawę artystyczną pokazu, w tym niesamowitą muzykę oraz animacje.

MOTYW PRZEWODNI

Podróż do świata kulturowych gier arkaadowych z lat 80-tych - przekroczenie kolejnego poziomu (next level) w organizacji wydarzeń.

OPIS WYDARZENIA

FFN – było w równym stopniu pokazem mody, jak i spektaklem, zgodnie z koncepcją kreatywną Mea Group, która zadbała o oryginalną oprawę eventu poprzez specjalnie skomponowaną muzykę, animacje inspirowane grami oraz oprawę scenograficzną i multimedialną. Kolekcja każdego projektanta miała unikalną oprawę dzięki animacjom w stylistyce gier arkaadowych, wyświetlanych na 2 ekranach diodowych i multimedialnych schodach. Dodatkowo pokazowi kolekcji projektantów towarzyszyła każdorazowo indywidualna choreografia oraz oprawa świetlna.



Nazwa wydarzenia:

Flesz Fashion Night – Next Level



Firma/organizacja dla której wydarzenie było realizowane:

Edipresse Polska



Nazwa agencji/organizatora:

Mea Group Sp. z o.o.



Data realizacji:

Wrzesień 2019 r.



Miejsce:

Warszawa



Liczba uczestników wydarzenia:

Kilkaset osób



Liczba osób zaangażowanych w projekt:

Zespół Mea Group + partnerzy wydarzenia – kilkadziesiąt osób



SZKOLENIOWY SHOWROOM

INNOWACYJNOŚĆ WYDARZENIA

Stworzyliśmy dwie dedykowane aplikacje do grywalizacji dla uczestników, które jednocześnie (i współzależnie) działały na 24 urządzeniach (telefony, tablety, laptopy).

Zbudowaliśmy nowy, spójny świat na kilku różnych poziomach – koncepcji, mechaniki, aranżacji, emocji.

MOTYW PRZEWODNI

Czy możliwe jest zbudowanie trwałych skojarzeń z produktami i marką podczas godzinnego szkolenia? Jeśli tak – jak wiele wartościowych treści można jednorazowo skutecznie przemycić, i w jaki sposób to zrobić?

Przygotowaliśmy dynamiczne, innowacyjne szkolenie pełne grywalizacji, tempa i (przede wszystkim) merytoryki. Motywem przewodnim były gwiazdy spotkania – produkty LG w ich naturalnym otoczeniu.

OPIS WYDARZENIA

Zbudowaliśmy szkoleniowy showroom do grywalizacji oraz przygotowaliśmy szytą na miarę mechanikę i zabudowę wspierającą nowoczesne technologie wykorzystane w projekcie. 45 sesji szkoleniowych dla ponad 1000 uczestników prowadzili profesjonalni trenerzy LG.

Celem było niekonwencjonalne przekazanie wiedzy o najnowszych produktach AGD i RTV wyprodukowanych przez LG Electronics. Agencja Eventowa Creality była całkowicie odpowiedzialna za kreację, realizację, sferę graficzną, techniczną i koncepcyjną.



Nazwa wydarzenia:
Szkoleniowy showroom



Firma/organizacja dla której wydarzenie było realizowane:
LG Electronics Polska



Nazwa agencji/organizatora:
Creality Sp. z o.o.



Data realizacji:
23 września - 03 października 2019 r.



Miejsce:
Hotel Windsor, Jachranka 75



Liczba uczestników wydarzenia:
>1000



Liczba osób zaangażowanych w projekt:
26



INNOVATORIUM ŁUKASIEWICZA

INNOWACYJNOŚĆ WYDARZENIA

Siłą wydarzenia była jego innowacyjna formuła, która po raz pierwszy na tak dużą skalę pozwoliła naukowcom i przedsiębiorcom na bezpośrednią konfrontację swoich pomysłów, tak aby kierunki ich działań, w jak największym stopniu odpowiadały realnym wyzwaniom i potrzebom, z którymi mierzy się gospodarka.

MOTYW PRZEWODNI

Spotkanie nauki z biznesem.

OPIS WYDARZENIA

Innovatorium Łukasiewicza to największe jak dotąd tego typu spotkanie skupiające w jednym miejscu naukowców oraz przedstawicieli biznesu. Jego Ideą było skrócenie drogi od innowacji do wdrożenia dzięki bezpośrednim kontaktom tych dwóch społeczności oraz organizacji otoczenia biznesu. Blisko 500 osób podczas kilkudziesięciu prezentacji, szkoleń, zamkniętych spotkań oraz negocjacji szukało okazji do zrobienia wspólnego biznesu.



Nazwa wydarzenia:

Innovatorium Łukasiewicza



Firma/organizacja dla której wydarzenie było realizowane:

Sieć Badawcza Łukasiewicz



Nazwa agencji/organizatora:

event-factory s.c.



Data realizacji:

1-3 października 2019 r.



Miejsce:

Poznań



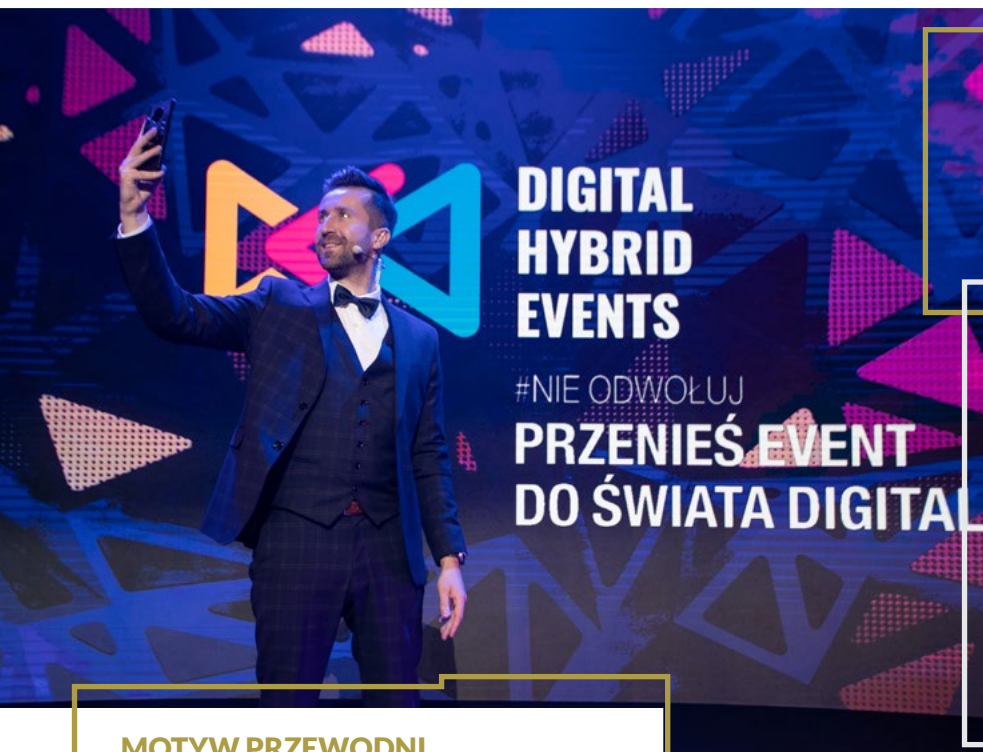
Liczba uczestników wydarzenia:

500



Liczba osób zaangażowanych w projekt:

50



KONFERENCJA „EVENTY HYBRYDOWE”

INNOWACYJNOŚĆ WYDARZENIA

Dzięki odpowiedniej tematyce, merytoryce wystąpień oraz poziomowi interakcji, podczas konferencji osoby online spędziły średnio 2 godziny i 15 minut, przy całkowitej długości konferencji 3 godzin 30 minut.

MOTYW PRZEWODNI

Eventy hybrydowe.

OPIS WYDARZENIA

Podczas inspirujących wystąpień, 14 ekspertów dzieliło się swoimi doświadczeniami i radami z zakresu organizacji eventów hybrydowych, oprawy audiowizualnej oraz zaplecza technicznego. Jak na event hybrydowy przystało, 10 prelegentów pojawiło się na scenie, 4 połączyło wirtualnie. Praktycy, którzy od lat specjalizują się w branży MICE opowiedzieli o zmianach, które zostały spowodowane pandemią oraz o wyzwaniach, jakie wciąż stoją przed organizatorami i ich klientami.

Więcej informacji na temat prelegentów oraz programu znajduje się na stronie www.eventyhybrydowe.pl, gdzie można się dalej rejestrować celem otrzymania dostępu do pełnego zapisu VOD konferencji.



Nazwa wydarzenia:

Konferencja „Eventy Hybrydowe”



Firma/organizacja dla której wydarzenie było realizowane:

Branża MICE



Nazwa agencji/organizatora:

Digital Knowledge Village wraz z Partnerami



Data realizacji:

15 września 2020 r.



Miejsce:

Digital Knowledge Village



Liczba uczestników wydarzenia:

Z ponad 800 zgłoszonych osób, aż 690 wybrało udział on-line (85% uczestników).



Liczba osób zaangażowanych w projekt:

30



DNI OTWARTE FUNDUSZY EUROPEJSKICH

INNOWACYJNOŚĆ WYDARZENIA

Koncerty były częścią ogólnopolskiego Dnia Otwartego funduszy Europejskich, które przez 3 dni obchodzone było online. Program trwał od rana do wieczora, a nasze koncerty były zwieńczeniem. Transmisja odbywała się przez social media + stronę www + kanały artystów. Wydarzenia zorganizowane zgodnie z obowiązującymi wymogami.

MOTYW PRZEWODNI

Koncerty w formie hybrydowej.

OPIS WYDARZENIA

Tegoroczne wydarzenie odbyło się w nowej formule. Ibento zajęło się m.in. pełną promocją eventu (reklamy w TV, prasie, radiu i Internecie), realizacją konkursów związanych z DOFE w woj. łódzkim, kompleksową realizacją e-warsztatów, stworzeniem scenariuszy, nagraniem i przygotowaniem pełnego planu nagrań. Agencja zorganizowała również dwa koncerty w formie hybrydowej.

Na scenie Łódzkiego Domu Kultury wystąpił znany wszystkim O.S.T.R., a w Filharmonii Łódzkiej odbył się niesamowity koncert Queen Symfonicznie. Transmisję koncertów śledziło łącznie kilka tysięcy osób.



Nazwa wydarzenia:

Dni otwarte Funduszy Europejskich



Firma/organizacja dla której wydarzenie było realizowane:

Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego



Nazwa agencji/organizatora:

Ibento Sp. z o.o.



Data realizacji:

19-20 września 2020 r.



Miejsce:

Łódzki Dom Kultury oraz Filharmonia Łódzka



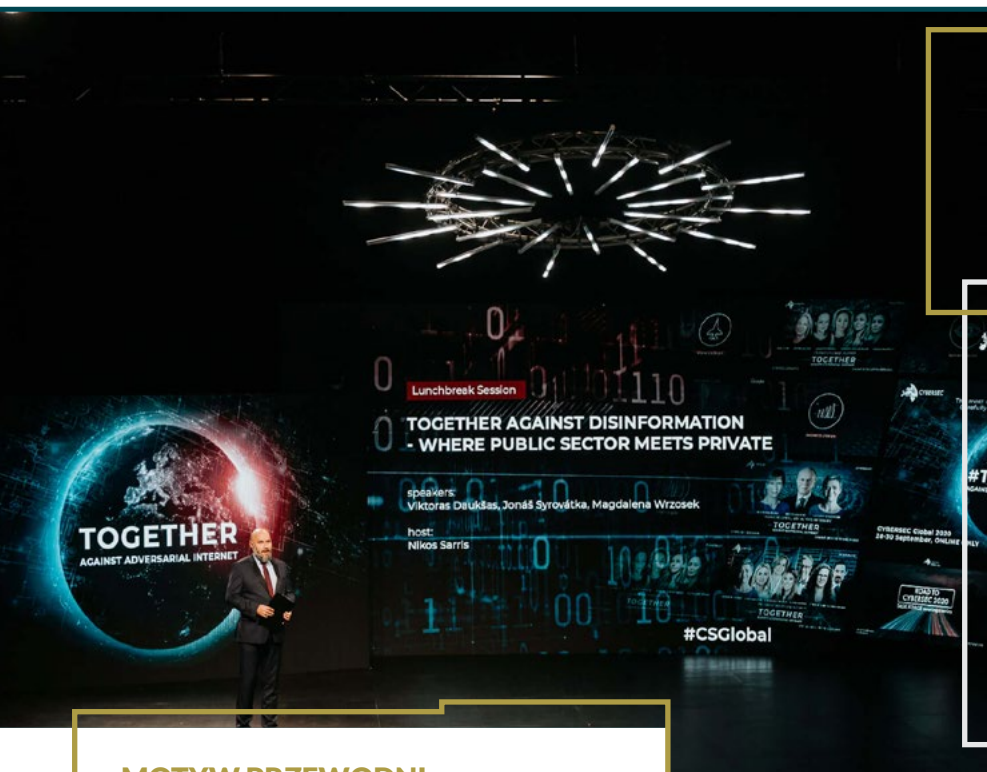
Liczba uczestników wydarzenia:

150 i 305 live i kilka tysięcy online



Liczba osób zaangażowanych w projekt:

ze strony agencji: 4 osoby + podwykonawcy blisko 30 osób, blisko 100 z artystami



KONGRES CYBERSEC GLOBAL FORUM 2020

INNOWACYJNOŚĆ WYDARZENIA

Całość wydarzenia zrealizowana została w oparciu o platformę zapewnioną przez wydarzeniaonline.pl. Poza systemem rejestracji, strefą wydarzenia, strefą expo, platforma zapewniła także strefę networkingu w opcji grupowej i prywatnej, przeszła wymagające audyty bezpieczeństwa w m.in. kilkudniowe testy penetracyjne, tak aby stworzyć w pełni bezpieczną przestrzeń dla tej rangi kongresu.

MOTYW PRZEWODNI

Together Against Adversarial Internet.

OPIS WYDARZENIA

Europejskie Forum Cyberbezpieczeństwa – CYBERSEC Instytutu Kościuszki to jedna z wiodących konferencji poświęconych tematyce cyberbezpieczeństwa w Europie.

Na apel CYBERSEC o potrzebie wspólnych wysiłków na rzecz budowy bezpiecznej cyberprzestrzeni w czasie pandemii, odpowiedzieli najważniejsi decydenci polityczni i twórcy technologii. Lista prelegentów CYBERSEC Global 2020 obejmowała 122 ekspertów z całego świata.



Nazwa wydarzenia:

Kongres CYBERSEC GLOBAL FORUM 2020



Firma/organizacja dla której wydarzenie było realizowane:

Instytut Kościuszki



Nazwa agencji/organizatora:

CMA oraz zespołu Instytutu Kościuszki - organizatora wydarzenia



Data realizacji:

28-30 września 2020 r.



Miejsce:

Studio w ICE Kraków Congress Centre, event online



Liczba uczestników wydarzenia:

2500 osób z ponad 100 krajów



Liczba osób zaangażowanych w projekt:

40-osobowy zespół, złożony z producentów, realizatorów CMA oraz zespołu Instytutu Kościuszki - organizatora wydarzenia

TRENDY W USŁUGACH

WARS S.A.



WWW.WARS.PL

OFICJALNY PARTNER WYDANIA

ILOŚĆ MOŻLIWOŚCI JEST NIEOGRANICZONA

Spółka WARS przez kilka dekad swojej działalności silnie zakorzeniła się w świadomości Polaków jako firma, która oferuje posiłki w pociągach. Jak wiadomo, gastronomia jest jednym z głównych fundamentów działalności spółki. Jednak WARS proponuje swoim klientom także usługi eventowe. Jakże? O tym między innymi w rozmowie z Anną Wawer-Perońską, głównym specjalistą ds. cateringu w WARS S.A.

ROZMAWIAŁA:
Marta Klecha
redaktor naczelna



Anna Wawer-Perońska

WARS wszystkim kojarzy się z podróżami. Skąd się wziął pomysł na uruchomienie usług cateringowych?

Była to naturalna kolej rzeczy. Tak jak sama Pani zauważyła, WARS kojarzy się z pociągami, transportem, wagonami restauracyjnymi. Przez 70 lat spółka mocno zakorzeniła się w świadomości Polaków jako firma, która oferuje posiłki w pociągach. Gastronomia jest jednym z głównych fundamentów naszej działalności, dlatego kolejnym wyborem było zaoferowanie klientom możliwości skorzystania z usług WARS w innej odstonie - usług cateringowych. W ramach oferty wspieramy oczywiście organizację eventów w wagonach gastronomicznych, jednak w naszym portfolio zdecydowanie dominują wydarzenia, które odbywają się poza wagonem. Jest to potwierdzenie, że wypełniamy niszę, która powstała i rzeczywiście klienci czekali na okazję, aby móc wypróbować dania z menu eventowego.

Co według Pani jest najważniejsze, a co najtrudniejsze przy pozyskiwaniu i utrzymaniu klientów?

Na etapie pozyskiwania klienta bardzo ważna jest umiejętność słuchania ze zrozumieniem. Klienci mają różnego rodzaju projekty do zrealizowania: imprezę firmową, dużą galę, przygotowanie wese-

la, chrzcina. Każda z osób, która zgłasza się do nas z zapytaniem, w jakimś stopniu wie już, co chciałaby uzyskać, a naszym zadaniem jest dobrze usłyszeć te potrzeby. Oczywiście zdarza się również tak, że z pojedynczych informacji musimy stworzyć cały projekt samodzielnie. Efektem tych spotkań jest przygotowanie oferty, która będzie skuteczną odpowiedzią na potrzeby klienta. Celem jest stworzenie wydarzenia, które zachwyci. Wiąże się to z drugą częścią pytania – co jest najtrudniejsze w utrzymaniu klienta? Spełnienie jego oczekiwań. Przygotowanie oferty to jedno, sposób realizacji zlecenia to drugie. Jeżeli oba elementy zostaną przygotowane w 100%, wtedy jest duże prawdopodobieństwo, że klient do nas powróci. Ważne jest, aby wykazać się profesjonalizmem, być konsekwentnym, pozyskać zaufanie. Standard, jakość pracy, staranność, smak i perfekcja – na tym bazujemy, chcąc utrzymać klienta. Jego zadowolenie jest dla nas największą nagrodą i motywacją do działania. Nakręca nas to bardzo pozytywnie i pokazuje, że naszą pracę zrealizowaliśmy naprawdę dobrze.

W czym specjalizuje się WARS Catering? Czy jest to konkretna kuchnia? Specjalne dania?

Pokazujemy kuchnię polską w innym wymiarze. Konstruując dania, bazujemy na sezonowych składnikach, które w konkretnym momencie charakte-



ryzują się najlepszym smakiem, fakturą, kolorem. Wychodzimy z założenia, że polskie składniki dają wiele możliwości i to przede wszystkim z nich należy korzystać. Układając menu, oczywiście zwracamy bardzo dużą uwagę na to, co dla klienta jest najważniejsze, dlatego w naszych daniach są również propozycje dla wegan, wegetarian. Staramy się przygotowywać takie dania, w których każdy znajdzie dla siebie coś dobrego np.: trufle z podhalańskiej bryndzy z czosnkiem w otoczce z orzechów i sezamu, piklowana dynia z kimchi, ogórkiem curry i z pesto z pokrzywy, kompresowane buraki z wiejskim twarogiem, mango i sosem owocowym czy mus z wędzonego pstrąga na razowcu z sałatką z ogórków. Ilość możliwości jest nieograniczona.

W kilku zdaniach, jak zareklamowałaby Pani usługi cateringowe WARS?

Jest taki cytat: „They may forget what you said but they will never forget how you made them feel”. Zespół cateringu WARS zbudowany jest na pasji: pasji do jedzenia, pasji do tworzenia, pasji do organizacji wyjątkowych wydarzeń, które się pamięta. Podchodząc do nowych projektów, zależy nam na tym, aby

klient czuł się komfortowo, miał świadomość, że nie musi martwić się o efekt finalny. Zależy nam, aby w trakcie eventu, który jest koordynowany przez zespół cateringu WARS, klient był gościem na własnym przyjęciu, a nie osobą, która musi zajmować się kwestiami organizacyjnymi. Szefowie kuchni dbają o to, żeby dania były pełne smaku i kolorów, project managerowie pilnują terminów, ustawień, dostaw, wszystkich logistycznych elementów, event manager składa wszystkie puzzle w jedną całość, aby w kulminacyjnym momencie cały zespół kelnerski mógł rozpocząć pracę.

Czyli jakbyśmy mogli powiedzieć dokładnie: co wchodzi w usługi WARS Catering?

Jest to kompleksowa obsługa. Nasi szefowie kuchni układają wyjątkowe menu pod charakter wydarzenia, miejsce. Jeżeli jest to potrzebne, zajmujemy się kwestiami logistyczno-organizacyjnymi np.: zadbanie o stoły, dekoracjami kwiatowymi, zastawą, oświetleniem, nagłośnieniem. Gwarantujemy też obsługę wydarzenia: hostessy, kelnerów, którzy dbają o to, żeby sala funkcjonowała w punkt. Wszystko zależy od tego, czego dany projekt wymaga.

A skąd bierzecie inspiracje, w jaki sposób podchodzicie do projektu?

Uważam, że gdy się robi to, co się lubi, inspiracje rodzą się same, a praca staje się integralną częścią życia. Jak już wcześniej wspomniałam, nasza praca oparta jest na pasji, którą widać na każdym etapie realizacji projektów.

Niekiedy w nieoczekiwanych momentach przychodzą pomysły, które potem możemy wykorzystać przy kolejnych eventach. Nasz zespół składa się z osób, które mają różne charaktery, marzenia, zainteresowania, więc kiedy połączymy wszystkie elementy w całość, otrzymujemy dość interesującą mieszankę kreatywności. Także sami klienci, których mamy okazję spotkać, są dla nas inspiracją. Dzięki rozmowom z nimi możemy zrozumieć, jakie mają potrzeby, co jest dla nich ważne, a następnie stworzyć wyjątkowy klimat wydarzenia, który będzie odpowiadał ich oczekiwaniom. Zadowolenie klienta jest dla nas najlepszą motywacją.

Nie ustajemy w biegu, dlatego też małymi krokami oraz z dużym zapleczem entuzjazmu osiągamy kolejne sukcesy i muszę przyznać, że smakują one wybornie.

Dziękuję za rozmowę.

KUCHNIA WARS NIE TYLKO W POCIĄGU

WARS S.A. to spółka z wieloletnią tradycją, która działa na rynku przewozów pasażerskich od 1948 roku. Ponad 70 lat doświadczenia pozwoliło rozwinąć się firmie na wielu płaszczyznach - od świadczenia usług gastronomicznych w wagonach restauracyjnych, przez organizację imprez firmowych oraz wydarzeń okolicznościowych, a także prowadzenie restauracji stacjonarnych.

AUTOR:
Marta Klecha
redaktor naczelna



Wyjątkowość cateringu WARS polega na indywidualnym podejściu do klienta oraz menu opracowanym zgodnie z rodzajem wydarzenia bądź z jego tematem przewodnim. Zespół Cateringu WARS stara się, aby organizowane przez nich eventy były zawsze na najwyższym poziomie.

Spółkę WARS większość Polaków kojarzy jednoznacznie z podróżami pociągami, podczas których obowiązkowo na liście zadań było odwiedzenie wagonu restauracyjnego i zjedzenie kultowego schabowego, bądź jajecznicy na maśle. Od 70 lat spółka umiła wyprawy pociągami i poszerza swoją działalność. Teraz WARS to również usługi cateringowe oraz restauracje stacjonarne, które znajdują się w Warszawie.

Już od 3 lat klienci mogą z łatwością korzystać z doświadczenia szefów kuchni, decydując się na wybór usług cateringowych WARS S.A. Priorytetem całego zespołu cateringowego jest serwowanie dań na wysokim poziomie estetyki, które oprócz smaku gwarantują przyjemność. Oferta zawsze jest elastycznie dopasowywana do potrzeb i oczekiwań klientów, aby w jak najwyższym stopniu zaspokoić ich wymagania. Zespół cateringu WARS S.A. organizuje i obsługuje zarówno małe rodzinne wydarzenia, jak i duże, oficjalne gale, wśród których wymienić należy: imprezy okolicznościowe, posiedzenia zarządów, rady nadzorcze, przerwy kawowe, bankiety, gale, targi.

Zespół cateringu firmy, przygotowując wydarzenia specjalne, zwraca uwagę na szczegóły, zaczynając od wsluchania się w potrzeby klientów, odpowiedniego przygotowania menu, kończąc na perfekcyjnym przygotowaniu dań i profesjonalnym serwisie. Najważniejsze jest zadowolenie klientów oraz gości biorących udział w eventach obsługiwanych przez

WARS. Szczegółowe informacje dotyczące zakresu prac i przykładowych realizacji dostępne są na stronie www.warscatering.pl, zapytania można wysłać pod adres catering@wars.pl.

Osoby, które chciałyby spróbować dań WARS, ale niekoniecznie mają w planach podróże pociągami, mogą odwiedzić jedną z restauracji WARS S.A., które znajdują się w Warszawie. Obecnie dostępne są cztery lokale:

- Restauracja – Al. Jerozolimskie 142A, budynek West Station
- Restauracja – ul. Chałubińskiego 4
- Restauracja – ul. Chłopskiego 53
- Restauracja – Szkoła Główna Handlowa, budynek A – I piętro, ul. Rakowiecka 24

Restauracje WARS to miejsca nawiązujące do kilkudziesięcioletniej tradycji funkcjonowania firmy, łączące bogate doświadczenie z nowoczesnym podejściem do kreowania menu. Każda z lokalizacji charakteryzuje się inną atmosferą, wystrojem i stylem. Jednak to, co je łączy to pyszne, polskie dania. Zapraszamy do posmakowania swobodnej atmosfery, pozwalającej zrelaksować się w trakcie przerwy w obowiązkach lub podczas spotkania z partnerami biznesowymi.

www.wars.pl

Odkryj Posmakuj Zapamiętaj

WARS - CATERING NA NAJWYŻSZYM POZIOMIE



CATERING

WARS S.A.

Tel.: 609 129 582

catering@wars.pl

www.warscatering.pl,

www.wars.pl

PRODUKCJA KONFERENCJI HYBRYDOWEJ

Eventy hybrydowe są kierowane zarówno do uczestników biorących udział w wydarzeniu osobiście, jak i zdalnie – obie te grupy są równie ważne. Bardzo mylne jest utożsamianie eventu online wyłącznie ze streamingiem. Aby móc przełożyć event tradycyjny na cyfrowy, trzeba umiejętnie zadbać o oprawę wizualną i formułę angażującą widza.

AUTOR:
Agnieszka Chaber-Tomczak

New Business Director
Digital Knowledge Village



Event hybrydowy przyspieszył i wymusił spotkanie branży MICE z branżą filmową. Z powodu pandemii i spadku ilości zleceń, obie te branże silnie się przenikają i dzielą kompetencjami. Produkcja eventu hybrydowego jest czasochłonna, wymaga bowiem bardzo dokładnego zbadania potrzeb i przygotowania dedykowanych scenariuszy, zarówno dla uczestnika, jak i widza.

Scenariusz – zaplanuj każdą sekundę

Event hybrydowy przyspieszył i wymusił spotkanie branży MICE z branżą filmową. Z powodu pandemii i spadku ilości zleceń, obie te branże silnie się przenikają i dzielą kompetencjami. Produkcja eventu hybrydowego jest czasochłonna, wymaga bowiem bardzo dokładnego zbadania potrzeb i przygotowania dedykowanych scenariuszy, zarówno dla uczestnika, jak i widza. O ile przyzwyczailiśmy się do pisania agendy, tak plan eventu hybrydowego to bardzo dokładnie przemyślana każda sekunda realizacji. Już na etapie scenariusza mamy zaplanowane wszystkie multimedia, przebieg akcji na scenie, miejsce wchodzenia, schodzenia, kadry kamer, ruch światłem, dźwięk, odśłuchy czy mikrofony i ich dezynfekcję.

Scenografia – elementy oprawy offline przenikają się z tymi online

Kolejnym bardzo ważnym krokiem jest odpowiednie przygotowanie podwójnego kontentu, zarówno na ekrany LED, jak i na stream online. Dobra oprawa jest teraz substytutem dawnego wyboru atrakcyjnego miejsca na event. Scenografia eventowa w postaci chociażby dużego, atrakcyjnego ekranu diodowego, może nas przenieść w dowolne miejsce i odwzorować jego zalety. Elementy oprawy offline przenikają się z tymi online. Zazwyczaj proces tworzenia oprawy wizualnej trwa ok. 14 dni. Należy wyjść od Key Visuala, który często tworzony jest już na etapie przetargu. Na jego podstawie tworzymy Moodboard, czyli prezentacje inspirowane innymi, nawiązującymi realizacjami.

Key Visual i dynamika, która utrzyma zaangażowanie

Następnie przechodzimy do projektowania, testowania i emisji. Elementem oprawy audiowizualnej jest intro – 5-16 sekundowy film wideo, w którym prezentujemy Key Visual, czyli główny znak i hasła odpowiadające wydarzeniu. Oprócz tego stosuje się jingle, jako np. przerywnik między blokami agendy lub jako zapowiedź osoby wchodzącej na scenę. Używamy również belek, które pojawiają się w layoutcie prezentacji i są również nakładką na obraz na żywo z kamery. Video tranzycja to 2-3 sekundowa animacja, która kończy prezentację i dzięki temu możemy przejść do kolejnej sceny. Plansze przekładkowe dają nam możliwości pokazania na ekranie agendy, podkreślenia momentu w którym obecnie jesteśmy. Plansze sponsorskie z doświadczenia telewizyjnego przybrały głównie postać belek umieszczanych w dolnej części ekranu. Zaś elementami oprawy scenograficznej są pętle w kilku alternatywnych wersjach (tło pod prezentację, na czas przerw, na zakończenie realizacji), jingle oraz layouty z oknami dla Picture in Picture. Zazwyczaj okno po lewej stronie zarezerwowane jest na prezentację, po prawej często używamy obrazu z kamery. Kontent do eventu hybrydowego, który ma uświetnić całe wydarzenie, jest bardziej wymagający. Widz, który ogląda event hybrydowy, oczekuje odpowiedniej dynamiki, która utrzyma jego zaangażowanie.

Dobór sprzętu i składu ekipy realizacyjnej wynika z celu wydarzenia

Ważny jest wybór odpowiedniej technologii. Istotna jest umiejętność przełożenia potrzeby i celu wydarzenia na dobór sprzętu i składu ekipy realizacyjnej, zaangażowanej w produkcję. Dobór kamer i ich



Konferencja SIDIRO 2020, Siemens

ilości, a tym samym operatorów, podyktowany jest wielkością sceny, scenografii, akcji na scenie, poruszania się prelegentów, ilością mówców na scenie. Zatrudnienie operatorów daje nam możliwość podążania kamerą za ruchem prowadzącego. Możemy również wprowadzić dynamikę w postaci przejść między kadrem ogólnym, a zbliżeniami. Aby realizacja wyglądała atrakcyjnie, wymaga współpracy z min. 2 operatorami, jeśli zdecydujemy się użyć 3 kamer (jedna ogólna na środku i dwie po przekątnej sceny). Ilość prowadzących warunkuje nam również realizatora dźwięku oraz jego asystenta. Realizator ma za zadanie obsłużyć mikser, do którego podłączone są źródła dźwięku i operowanie nagłośnieniem. Przy eventach hybrydowych muszą nas słyszeć zarówno osoby, które są online, jak i te na sali. Asystent przy scenie podaje mikrofony i przygotowuje prowadzących przed wejściem na scenie i po zejściu, podaje pilota do zmiany slajdów. Używając scenografii w postaci ekranu diodowego, potrzebujemy realizatora, który jest odpowiedzialny za kontent wyświetlany na diodzie. Realizator wizji to osoba, która obsługuje mikser wizji, kontaktuje się z operatorami przy ścisłej współpracy z wydawcą. Sytuacja epidemiologiczna sprawia, że coraz większa część połączeń z prelegentami przybiera formułę zdalną. Zatem w składzie ekipy realizacyjnej potrzebny jest zarówno realizator transmisji, jak również osoby od realizacji połączeń zdalnych oraz koordynatorzy, którzy przypilnują harmonogramu w zależności od ilości połączeń. Potrzebna jest również osoba od wypuszczania multimediów i osoba do obsługi timera, aby prowadzący wiedzieli, kiedy kończy się im czas wystąpienia. Pamiętajmy, że przy realizacji eventu hybrydowego bardzo ważna jest realizacja ścieżek

audio. Prelegent zdalny musi słyszeć to, co dzieje się na scenie. Osoby offline muszą słyszeć prelegenta zdalnego (który nie może sam siebie słyszeć, a prelegenci zdalni muszą słyszeć siebie nawzajem). Jeśli w ramach interakcji w widzom chcielibyśmy przeprowadzić ankietę i pokazać na wizji jej wyniki, pamiętajmy, że potrzebujemy kolejnej osoby do obsługi tej części realizacji. Bardzo ważną funkcję ma również realizator światła. Event hybrydowy wymaga odpowiedniej infrastruktury z wydajnym łączem internetowym oraz backupem, który pozwala automatycznie dokonywać wymiany, jeśli któryś sprzęt w danym momencie zawiedzie, tak aby nie było to zauważalne. Stąd technik na pokładzie realizacji. Potrzebna jest również osoba, która zorganizuje wszystkie wyżej wymienione osoby – producent eventu. Z kolei osobą, która scala i zarządza tak rozbudowanym zespołem jest reżyser, który przełoży scenariusz klienta na faktyczny rezultat.

Dresscode i przygotowanie prelegenta

Eventy hybrydowe kładą nacisk na połączenia zdalne z prelegentem. Jak przygotować się do zdalnej prelekcji? W zakresie garderoby unikajmy drobnych pasków oraz kratek, bo mogą interferować. Unikamy pełnej bieli i czerni (chyba, że w elementach). Dobrze sprawdzają się kolorowe ubrania, oczywiście z umiarem i zachowaniem dresscode'u. Unikajmy kolorów zbliżonych do scenografii. W kwestii biżuterii obowiązuje zasada „im mniej, tym lepiej”. Rekomendujemy dyskretny make-up. Dobierając kadr w przestrzeniach domowych czy biurowych, unikajmy białych, jednolitych ścian, nie pokazujemy sufitu. Starajmy się ustawić kamerę z laptopa bądź telefonu tak, aby była

na wysokości naszego wzroku. Pamiętajmy, że wiele sytuacji awaryjnych da się przewidzieć, ale stres potrafi nas zaskoczyć, dlatego nadal zdarza się zapomnieć o wyciszeniu telefonu czy podłączeniu laptopa do prądu. W zakresie dźwięku, rekomendujemy nie korzystać z wbudowanych mikrofonów z laptopa. Najlepiej sprawdzą się mikroporty czy zestawy słuchawkowe. Sprawdźmy jakość naszego łącza internetowego. Przygotowując prezentację, pamiętajmy o powitaniu oraz podziękowaniu. Wiele osób ma tzw. „zaburzony gen tajmingu”, więc warto mieć w pobliżu zegar. Przygotujmy pierwsze dwa, trzy zdania, zanotujmy najważniejsze fakty, daty, nazwy, nazwiska, np. na tablicy (poza kadrem). Zaplanowanie kluczowych punktów umożliwi skupienie się na treści, bez pokusy czytania slajdów. Pamiętajmy, że wystąpienie online rządzi się tymi samymi prawami, co prezentacja na scenie. Nie ma miejsca na „bylejakosć”.

Eventy hybrydowe to szansa

Z całą pewnością eventy hybrydowe zostaną z nami na zawsze. Jako organizatorzy, jesteśmy zobowiązani dać uczestnikom wybór. Część z nich będzie mogła się spotkać, a część nie – z bardzo różnych powodów. Historia pokazuje, jak szybko wdrażane są rozwiązania, które przyspieszają i ułatwiają funkcjonowanie. Przygotujmy się do nich profesjonalnie. Eventy hybrydowe to szansa większych zasięgów i szerszego dotarcia. Wykorzystajmy ją.

EMOCJE ZATRZYMANE W CZASIE

Dokumentacja filmowa i fotograficzna eventu, często niedoceniana, jest narzędziem podtrzymującym wspomnienia, niekiedy dającym eventowi drugie życie, a czasem wręcz reanimującym wizerunek eventu. O zatrzymywaniu chwil w obrazach i wyzwaniach, jakie stoją przed ekipą foto-video podczas wydarzeń, rozmawialiśmy z Marcinem Mozertem, właścicielem firmy Moc&Art Group.

ROZMAWIAŁA:
Marta Klecha
redaktor naczelna



Marcin Mozert

Po zakończonym evencie, w pamięci organizatorów i uczestników zostają wspomnienia, emocje. Jak sprawić, żeby nie zostały zapomniane?

Event ze swej natury jest wydarzeniem szybkim, impulsowym, czasem spektakularnym, wyjątkowym, lecz rzadko niezapomnianym. Szczerze namawiam do potraktowania eventowych realizacji foto i video jako jednego z istotnych elementów samego wydarzenia. Oczywiście to, jak będą wyglądać zdjęcia i filmy, w dużej mierze zależy od kompetencji ekipy reporterskiej oraz postprodukcji, ale sukces dokumentacji w dużym stopniu rodzi się już na etapie kreacji.

Czyli dobry brief to połowa sukcesu?

Organizując event, warto myśleć o nim jak o wydarzeniu medialnym, mającym scenariusz oraz oprawę pod ujęcia fotograficzne i filmowe. Dotyczy to zarówno estetyki, kolorystyki, przestrzeni dla wydarzenia, ale również odpowiedniego tempa i rozłożenia akcentów zdarzeń.

Z mojego wieloletniego doświadczenia wynika, że w większości przypadków ekipa reporterska ma wgląd w scenariusz bezpośrednio przed wydarzeniem. W praktyce ekipa działa reaktywnie, nie mając wpływu na wiele czynników poprawiających, a wręcz kreujących jakość materiału reportażowego. W briefie oprócz scenariusza imprezy powinny znaleźć się informacje dotyczące najbardziej istotnych momen-

tów do udokumentowania, możliwości przeprowadzenia prób technicznych światła i dźwięku oraz prób scenicznych.

Ważne jest również wsłuchanie się w oczekiwania klienta co do materiału zdjęciowego i filmowego.

Informacje te, uzyskane przed imprezą, a nie po niej mogą znacząco wpłynąć na zakres prac ekipy oraz dalszą postprodukcję. Bez dobrze dobranych ujęć i treściwej dokumentacji ciężko zbudować ciekawy przekaz.

Na co powinniśmy zwrócić uwagę wybierając ekipę foto – video?

Przed wszystkim należy zwrócić uwagę na doświadczenie dostawcy w realizacji dokumentacji wydarzeń. Event wymaga od ekipy foto-video dużej aktywności, znajomości konwencji i dyskrecji. Nie każdy fotograf i operator ma zdolności reportażyści eventowego. Ważne jest także przygotowanie sprzętowe. Jak już wspomniałem, event jest wymagającą formą pod względem szybkości działania i zmieniających warunków oświetleniowych. Tylko profesjonalny sprzęt w rękach profesjonalisty poradzi sobie z takim wyzwaniem.

Event to dla ekipy foto-video moment konfrontacji oczekiwań klienta, briefu od organizatora oraz rzeczywistych warunków dokumentacji. Brak istotnych



informacji oraz zmiany względem briefu mogą zemścić się okrutnie. Dlatego komunikujemy o wszystkich zmianach lub nowych pomysłach, które zrodziły się często już w trakcie eventu.

Rozwój cyfrowych mediów ma olbrzymi wpływ na event marketing, zwiększanie jego zasięgów, promowania przed, w trakcie i po wydarzeniu. Dzięki dokumentacji coraz częściej budujemy event na nowo, w innej przestrzeni. Jakie są tego zalety?

Dzięki dokumentacji foto-video event ma szansę żyć jeszcze długo po jego zakończeniu. Coraz częstsze transmisje streamingowe znacząco zwiększają jego zasięg. Natomiast chciałbym zwrócić uwagę na odwrócenie roli eventu. Samo wydarzenie nierzadko staje się kanwą, na której budujemy dalszą siłę marketingową. Widać to zwłaszcza w działaniach video-marketingowych w social mediach. Dzięki dokumentacji coraz częściej budujemy event na nowo w innej przestrzeni. Dlatego tak ważny staje się medialny charakter wydarzenia. To jak event będzie wyglądał w „obrazku”, powinno być wyzwaniem dla wszystkich organizatorów i ekip realizatorskich.

Pracujecie w branży od dawna. Jak wasza praca zmieniła się przez ostatnie lata? Pomijam kwestię tego, że sprzęt jest dziś nowocześniejszy, możliwości są większe, wręcz nieograniczone. Czy samo podejście organizatorów wydarzeń do relacji foto-video się zmieniło?

Ewolucję dokumentacji foto i video postrzegam na wielu płaszczyznach. Na przestrzeni ostatniej dekady wzrosło znaczenie mediów społecznościowych i komunikacji internetowej. To wpłynęło na zmianę w podejściu do szybkości przygotowania materiałów po evencie. Relacja z eventu stała się gorącą treścią do publikacji najlepiej jeszcze w trakcie trwania eventu. To zmieniło zasady postprodukcji materiałów filmowych i fotograficznych.

Pierwsze zdjęcia i klipy publikowane są jeszcze przed eventem jako teaser. Kolejne wysyłane są w świat zaraz po rozpoczęciu eventu w ramach komunikacji „My już zaczęliśmy event! A co u Was?” Półmetek eventu to czas do pierwszej komunikacji „podsumowującej”. Czas na pierwsze liczby, statystyki i oceny, a co za tym idzie komentarze uczestników i internatów. W tym kontekście to dokumentacja eventu już nie tylko przedłuża jego życie. Ona go na bieżąco kreuje, buduje jego wizerunek i dynamicznie poszerza „zasięg” wydarzenia.

Można zaryzykować stwierdzenie, że event ma swoje równoległe socialowe życie. Przełomem są transmisje on-line. Usługa, którą realizujemy z powodzeniem od kilku lat, wznosi event na wyższy poziom komunikacji, to nie jest już wydarzenie osadzone tylko „tu i teraz”. To zmienia również nasze podejście do dokumentacji. Dzięki transmisjom w czasie rzeczywistym uzyskujemy natychmiastową reakcję uczestników on-line. Często niemoderowane publiczne komentarze budują nieoczekiwany wizerunek even-

tu. Możliwość telemostów z innymi eventami lub holograficznych prezentacji mówców będących na drugim końcu świata wytycza nowe standardy komunikacji eventowej, dając możliwość budowania „eventowej globalnej wioski”. Reżyserując event, stajemy się coraz częściej twórcami internetowych widowisk. Trend ten rozwija się, stawiając przed producentami eventów kolejne wyzwania. Uważam, że wzrost znaczenia social mediów przełożył się na większą świadomość zarządzania treściami foto i video. Coraz częściej kontaktem ze strony klienta są osoby dedykowane to zarządzania contentem.

Kolejnym aspektem zmieniającego się podejścia do dokumentacji eventowej są wymogi związane z ochroną wizerunku i RODO. Przez kilka ostatnich lat wzrosła świadomość klientów związana z ograniczeniami i zagrożeniami związanymi z naruszeniem wizerunku, sfery prywatności osób fotografowanych i filmowanych. Prowadzi to często do ograniczeń w dokumentacji oraz trudności w określeniu praw do wizerunku i jego obszaru eksploatacji.

Jakie było największe wyzwanie, które postawili przez Tobą organizatorzy, klienci?

Bardzo często dokumentacja eventów poprzez swoją organizację, tempo narracji, ograniczenia scenariuszowe lub po prostu wielkość przedsięwzięcia stawia przed eventowymi fotografami i filmowcami wyzwania trudne do zrealizowania. Fotografia grupowa dla 1500 osób, na aranżację której fotograf

ma 5 minut. Filmowanie w kompletnych ciemnościach reakcji publiczności albo niski przelot dronem w hali nad kilkusetosobową grupą gości budujących maszynę Goldberga, sfilmowanie śnieżnych emocji off-roadu, gdy od tygodnia nie spadł ani jeden centymetr śniegu – to kilka z wielu przykładów częstych wyzwań. Najczęściej jest to walka z czasem, briefem, lub zmianami scenariuszowymi, na które trzeba reagować at-hoc.

Co jest najtrudniejsze w pracy realizatora foto-video?

Abstrahując od technicznych i organizacyjnych wyzwań, o których powiedziałem wcześniej, uważam, że najtrudniejszą rzeczą jest zrozumienie konwencji eventu, jego narracji oraz oczekiwań klienta względem pozyskanych treści. Uważam, że zrozumienie tego, „wgryzienie się” w event i w pewnym sensie bycie jego częścią jest kluczem do sukcesu dobrej dokumentacji foto-video. Jest to wiedza z zakresu miękkich kompetencji, której nie znajdzie się w książkach. Staramy się uczyć tego podejścia naszych reporterów, ale wiele zależy od indywidualnych predyspozycji każdego oraz zewnętrznych czynników takich jak brief, komunikacja ze strony klienta etc.

Scenariusz i plan to jedno. Pewne rzeczy dzieją się tu i teraz, zaskakują. Możesz przytoczyć jakąś anegdotę, sytuację, z którą nieoczekiwanie musiałeś się zmierzyć, która szczególnie zapadła Ci w pamięć?

Każdy event to niezależny twór podlegający wielu zmiennym czynnikom takim jak czas, pogoda, zmiany scenariuszowe, czynnik ludzki, złośliwość rzeczy martwych oraz siła wyższa. W naszej kilkunastoletniej działalności w branży eventowej wiele zdarzeń wywoływało uśmiech, ale też bywały wydarzenia mrozące krew. Spadające ze sceny prezes firmy, brak światła w kulminacyjnym momencie ceremonii, spadające ze ściany z hukiem ogromne logo firmy w trakcie przemówienia o jej sukcesach oraz prowadzący dostający czkawki w trakcie rozpoczęcia powitalnego przemówienia. Sytuacje te stanowią koloryt tych wydarzeń, uczą pokory organizatorów i przypominają, że nie ma idealnego eventu. Tego typu anegdotyczne sytuacje są źródłem ciekawych filmów i fotografii, które nigdy już nie zostaną opublikowane.

Pomówmy o trendach. Co dziś w waszej branży jest na prawdziwym topie w kwestii obsługi wydarzeń? Jakie są oczekiwania klientów?

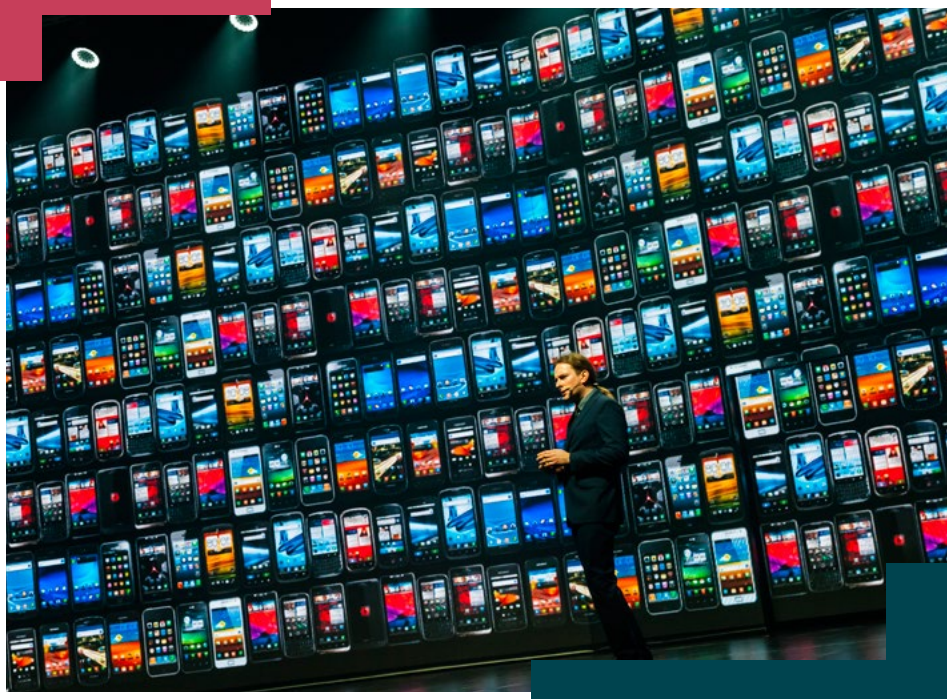
Jakość stosowanych przez nas urządzeń oraz procesu postprodukcji, wysoko podniosły poprzeczkę w ostatnich latach. Myślę, że przyzwyczailiśmy klientów do profesjonalnej jakości świetnie obrobionej i zmontowanej. Klienci liczą na materiały filmowe nieodbiegające profesjonalizmem od produkcji telewizyjnych czy kinowych. I tak też staramy się podchodzić do naszych realizacji. Mamy świetne urządzenia rejestrujące obraz w bardzo wysokich rozdzielczościach, o bajecznych czułościach i wspierającej stabilizacji. Doszliśmy do tego momentu, że sprzęt nie jest ograniczeniem w produkcjach foto-video. Towarem deficytowym, mocno poszukiwanym i docenianym przez klientów jest kreacja contentu. Tworzenie poprzez dokumentację lepszej rzeczywistości eventu, aranżowanie i prowokowanie sytuacji i zachowań ludzi, empatia i zaangażowanie w event, które przekładają się na lepszy efekt końcowy reportażu. To właśnie kreatywne podejście na etapie założeń, produkcji dokumentacji i postprodukcji wpływa na finalny sukces przygotowanych treści. To jest w stanie odróżnić dokumentowany event na tle innych realizacji. I tego oczekuje od nas klient. Prosty, nieemocjonalny przekaz nikogo dziś nie interesuje.

Co jest passe? Od czego odchodzicie, odeszliście?

I tu dochodzimy do sedna dobrego reportażu eventowego. Nudnym, prozaicznym dokumentacją opartym na odtwórczej rejestracji tego, co się dzieje w trakcie eventu, mówimy stanowczo nie! Skupiliśmy się na budowaniu emocji poprzez interakcje z uczestnikami eventu. To wymaga od nas zaangażowania do projektów innego typu ludzi niż kilkanaście lat temu.

Chciałbyś na koniec coś dodać?

Bardzo się cieszę, że poprzez socialmediową rewolucję klienci oraz agencje eventowe mocniej uświadamiają sobie znaczenie przygotowania dokumentacji eventowej i bardziej angażują się na etapie preprodukcji. Podsumowując, chciałbym zaapelować do wszystkich osób, ekip, podwykonawców mających jakikolwiek wpływ na kształt i wizerunek eventu: Kochani, myślcie o evencie jak o wielkiej produkcji medialnej, ponieważ efekty Waszej/naszej pracy poprzez coraz szerzej i profesjonalniej dystrybuowany content widoczne są dłużej i w szerszym wymiarze, niż tylko sala bankietowa. Dajmy ewetowi drugie życie, ale spowodujemy także, aby było ono o wiele lepsze.



CoffeePrint

NADruk NA KAWIE

NOWA

ATRAKCJA

NA

EVENT

WWW.MOCARTGROUP.PL



**ŚWIETNA KAWA PRZYGOTOWANA
PRZEZ BARISTĘ**



**DRUK ZDJĘCIA FULL COLOR
NA PIANCIE NA POCZEKANIU**



**SPERSONALIZOWANE LOGO
NA PIANCIE FULL KOLOR**



**BRANDING PAPIEROWYCH
KUBKÓW DO KAWY**



665 332 444
coffee@mocartgroup.pl

MOC&ARTGROUP
CREATIVE MEDIA PRODUCTION HOUSE

W ZGODZIE Z NAJNOWSZYMI TRENDAMI W SEZONIE 2020/2021

Prostota i minimalizm z domieszką elegancji i ciepłych akcentów. A to wszystko w połączeniu z naturalnymi materiałami i refleksją nad szerszym zastosowaniem rozwiązań przyjaznych dla środowiska. Do tego restrykcyjne normy higieny i bezpieczeństwa w nowych realiach, z jakimi mierzymy się od czasu wybuchu epidemii SARS-CoV-2. Takie będą trendy w meblowych aranżacjach przestrzeni eventowych na najbliższy sezon 2020/2021.

AUTOR:

Adriana Szczeniowska

dyrektor zarządzająca Rent Design

Projektanci designu na całym świecie oferują nam każdego roku niezwykłą różnorodność produktów, będących szeroką paletą rozwiązań, wśród których każdy znajdzie coś dla siebie. Rozwiązania te wykorzystujemy także w branży eventowej, która jest na nie niezwykle otwarta.

W gąszczu propozycji, jakie szykują dla nas światowi i polscy designerzy, można zaobserwować kilka trendów, które zaczęły przenikać do przestrzeni eventowej. Trendów, które już zostały albo w najbliższej przyszłości z pewnością zostaną zauważone i docenione przez nowatorskich przedstawicieli branży MICE.

Nowe realia wyznaczają nam także nowa rzeczywistość z jaką przyszło się nam mierzyć. Wybuch epidemii całkowicie zmienił rynek eventowy, a także rodzaj i skalę organizowanych wydarzeń. To sprawia, że pojawiły się też takie trendy, jak nowa propozycja mebli na potrzeby wydarzeń online, czy wyśrubowane normy dot. higieny i bezpieczeństwa.

Skandynawski minimalizm

Ten minimalistyczny, ale jednocześnie ponadczasowy styl, to wyznacznik prostoty, której największym atutem jest uniwersalizm i elegancja, bez przesadnego blichtru. To trend, który zainspirował i oczarował już cały świat, dlatego tak naturalny wydaje się fakt, że zaczyna witać on coraz częściej na polskich eventach. Proste formy w połączeniu z materiałami najwyższej jakości oferują rozwiązania, które doskonale sprawdzają się na wydarzeniach organizowanych

dla bardziej wymagających gości. Styl skandynawski uwielbia połączenia takich materiałów jak drewno, czarny metal i jednobarwne materiały. Nieskomplikowane bryły zachwycają swoją prostotą i uwydatniają atuty niebanalnych lokalizacji. W dobie, gdy surowe, loftowe wnętrza, cieszą się tak dużą popularnością wśród organizatorów imprez, to właśnie skandynawski minimalizm już jest i nadal będzie doskonałym uzupełnieniem eventowych aranżacji. Co więcej, będzie on również zgodny z coraz popularniejszą ideą polegającą na stwarzaniu aranżacji sprzyjających wypoczynkowi, symbolizując dążenie do tak zwanego slow life.

Rywalizacja czerni z bielą

Dotychczas najbardziej uwielbianym i uniwersalnym kolorem na polskich eventach była jedyna w swoim rodzaju i ponadczasowa biel. Gdyby wyciągnąć statystyki od wypożyczalni mebli, z pewnością szybko utwierdziłyby one nas w przekonaniu, że to właśnie ten kolor od wielu lat wiedzie prym na polskich eventach. Nadchodzi jednak nowa era, era czerni. Coraz częściej będzie się ona pojawiać nie tylko w postaci materiału, którym obijane będą meble tapicerowane, ale również w postaci detali i akcesoriów dekoracyjnych, jak również dużych, gabarytowych mebli. Metalowe, czarne stoliki i regały, krzesła w wielu kształtach, czy czarne bary, to produkty, po które będziemy sięgać więcej. Czerni bowiem wraca na salony w pełnej krasie i odkryta na nowy sposób, przysporzy nam wszystkim jeszcze wiele pozytywnych wrażeń.

Wielofunkcyjne rozwiązania

Modułowe meble i sprzęty, które umożliwiają ich wielofunkcyjne zastosowanie to kolejny trend, który należy zauważyć w nadchodzącym czasie. W architekturze wnętrz zyskuje on coraz bardziej na popularności, choć tu należy przyznać, że branża eventowa z uwagi na jej specyfikę działania, wdrożyła go w życie i doceniła znacznie szybciej. Praktyczność tego rozwiązania przewyższa wszystkie inne jego walory. Dążąc do maksymalnej funkcjonalności w meblowaniu przestrzeni eventowych dostawcy mebli i akcesoriów dekoracyjnych zadbali o rozwiązania pozwalające na łatwą aranżację i szybką rearanżację przestrzeni. Meble modułowe pozwalają w pełni przystosować się do wnętrza, w których organizujemy wydarzenie oraz optymalnie wykorzystać ich powierzchnię, bez zbędnej straty miejsca spowodowanej niestawnością elementów wyposażenia.

Miękkosć weluru

Miękkie, przyjemne w dotyku welurowe tkaniny z subtelnym połyskiem powróciły na salony. Poko-





chali je na nowo projektanci i producenci mebli na całym świecie. Prezentują się niezwykle elegancko, a dzięki swojej urokliwej fakturze, sprawdzają się zarówno w wytwornych wnętrzach, jak również tych minimalistycznych, do których wprowadzą odrobinę ciepła i przytulności. Dobrze komponują się zarówno z drewnianymi, jak i metalowymi dodatkami. Szczególnie modne w najbliższym sezonie będą odcienie butelkowej zieleni, pudrowego różu i granatu.

Natural Chic

Aranżacje w stylu Natural Chic to połączenie dwóch przeciwieństw, które jak dotąd wydawały się niemożliwe do zestawienia. Stylów Glamour i trendu Natural. Okazuje się bowiem, że razem mogą stworzyć niezwykle atrakcyjną łączącą w sobie elegancję, przytulność i swobodę. Naturalne materiały w kolorach ziemi będą tu grały bardzo ważną rolę. Rattan, bambus, len czy juta w połączeniu metalem oraz eleganckimi dodatkami stworzą aranżacje w zgodzie z najnowszymi trendami i zachwycą gości każdego eventu, gdyż dzięki nim poczują się oni tak przytulnie, jak we własnym domu. Meble w stylu Natural Chic wpisują się także w nurt eco.

W zgodzie z naturą, czyli wnętrzarski recykling

Mając na uwadze rosnącą świadomość w temacie zmian klimatycznych, które w nieuchronny sposób zaczynają dotykać nas wszystkich, także branża eventowa musi przygotować się na zmiany, które pozwolą zniwelować szkodliwość naszych działań względem środowiska naturalnego. Wśród dostawców mebli i akcesoriów dekoracyjnych niezbędne jest podjęcie kroków, mających na celu minimalizację strat oraz ograniczenie ilości mebli, które zostają bezpowrotnie wyrzucone. Branża wypożyczalni mebli to sektor rynku, który szczególnie narażony jest na częstą wymianę lub naprawę sprzętów, które zostały zużyte lub uszkodzone po jednym lub kilku użyciach. Aby zminimalizować ilość generowanych śmieci konieczne jest wdrożenie ekologicznych rozwiązań, a w szczególności recyklingu. Zużyty mebel może zostać rozłożony na części wymienne do innych, uszkodzonych mebli z tej samej kolekcji. Może także zyskać zupełnie nowe życie po wymianie blatu, czy nóg. Wystarczy tylko krzta wyobraźni, aby z czegoś, co zostało skazane na zapomnienie, stworzyć coś zupełnie nowego. Taka polityka pozwoli na ograniczenie problemu, jakim jest zanieczyszczanie i zaśmiecanie środowiska.

Hybrydowy – słowo klucz nowego świata eventów

Eventy zmieniły swoją postać. Zagrożenie epidemiologiczne zmobilizowało organizatorów do weryfikacji formuły produkowanych spotkań. Nowym trendem stała się więc forma hybrydowa, czyli połączenie świata online z offlinem. Dzięki takiemu rozwiązaniu możliwa będzie organizacja spotkań na dużą skalę, a organizatorzy lub zaproszeni goście będą mogli decydować o preferowanym sposobie uczestnictwa w wydarzeniu. Taka formuła wymagać będzie także specjalnego dostosowania scenografii i aranżacji na potrzeby dwóch rodzajów uczestni-

ków: stacjonarnych oraz połączonych online. Nie każda aranżacja stacjonarna dobrze wyglądać będzie w kamerze, a nie każdy aranż przygotowany pod transmisję dobrze zaprezentuje się w offlinie. To połączenie dwóch światów wymagać będzie szerokiego i nowatorskiego myślenia o sztuce aranżacji przestrzeni.

Restrykcyjne wymogi dot. higieny i bezpieczeństwa

Nowa rzeczywistość wymusiła również na dostawcach mebli wprowadzenie nowych zasad dot. higieny i bezpieczeństwa eventów. Stacje do dezynfekcji stają się nieodłącznym elementem każdego eventu. Wszystko odbywać się musi z zachowaniem najbardziej restrykcyjnych norm bezpieczeństwa. W ślad za tym wymogiem idą nowe trendy w aranżacji przestrzeni, a meble i dekoracje używane do aranżacji wydarzeń powinny być wykonane z materiałów łatwo czyszczących, umożliwiających dezynfekcję.

Branża eventowa jako jedna z najbardziej otwartych na nowości gałęzi gospodarki, zawsze czerpała z nowatorskich pomysłów designerów garściami. Przejawia się to zarówno na wydarzeniach organizowanych we wnętrzach, jak i tych plenerowych. To zarazem pięknie i fascynujące, że w tak prosty sposób możemy wdrażać w naszej pracy różnorodne rozwiązania i bawić się trendami w designie z tak dużą swobodą. Choć po wybuchu epidemii koronawirusa świat eventów drastycznie się zmienił, jedno jest pewne - nie zmienia się nasza wrażliwość na to co piękne i praktyczne.

www.rentdesign.pl



EKOLOGIA I ZERO WASTE PRZEJMUJĄ BRANŻĘ

Nic tak nie cieszy, jak odpowiedzialne trendy, które poza doskonałą rozrywką zapewniają intelektualny rozwój uczestników wydarzenia.

www.fb.com/gotujezerowaste

AUTOR:

Kuba Korczak

promotor ruchu zero waste, eco influencer

Moda z reguły niesie za sobą jakieś aspekty pejoratywne.

Po wielu latach całej palety eventowych aktywności, opartych na chwilowych skokach adrenaliny lub poziomu alkoholu we krwi (których dla jasności nie jestem kategorię przeciwnikiem, wręcz przeciwnie) nadszedł czas na działania, których zadaniem jest pozostawić w uczestnikach, nieco więcej niż kac gigant po imprezie integracyjnej, czy brunatne sińce po przegraną potyczce w paintballa.

Klienci naszej branży coraz częściej szukają dla swoich pracowników aktywności na łonie przyrody, a lokalni organizatorzy pikników dla dzieci zamiast dmuchanych balonów wybierają szybkie warsztaty kulinarne lub upcyclingowe.

Dzieje się tak, ponieważ coraz częściej w przestrzeni publicznej pojawiają niezwykle modne ostatnio słowa, jak: Odpowiedzialność, Świadomość, Rozwój i Szacunek.

Korporacje chcą być publicznie i wewnętrznie odpowiedzialne, promując rozwój świadomości, a szacunek do natury i wprowadzanie ekologicznych rozwiązań i kampanii, w każdym aspekcie funkcjonowania firmy, to w dzisiejszych czasach absolutny "must have".

Zero waste to nie tylko moda, ale globalny ruch, o czym najlepiej świadczy nie tylko jego wszechobecność, ale i budujący fakt, że mimo wielu lat doświadczenia w promowaniu odpowiedzialnego życia i biznesu, właśnie teraz zgłaszają się do mnie organizatorzy największych festiwali w kraju, z prośbą o kompleksowe wsparcie, we wprowadzaniu ekologicznych rozwiązań oraz objęcie stanowiska eko ambasadora.

Dzisiaj poza całą paletą eventowych aktywności, tematycznych cateringów czy serią autorskich ekogadżetów oraz szkoleń, które prowadzę wraz z moją ekipą animatorów i edukatorów, doradzamy również agencjom zainteresowanym zminimalizowaniem wpływu produkowanych przez nich wydarzeń na środowisko, gdyż jak mawia Dalajlama: „Jeśli myślisz, że jesteś za mały, aby uczynić różnicę, spróbuj spać w obecności komara”.

Taką modę to ja rozumiem, taką modę to ja szanuję.

Do zobaczenia,
Kuba Korczak

TWÓJ EVENT

również w wersji online

ZERO WASTE

kompleksowe strefy tematyczne

warsztaty kulinarne i upcycling

show kulinarne

prelekcje

catering

debaty

 +  **gotujezerowaste**

 **kuba@kubakorczak.pl**

 **518 100 419**

TRENDY W OBIEKTACH

OSADA ŚNIEŻKA



OSADA ŚNIEŻKA

WWW.OSADA-SNIEZKA.PL

OFICJALNY PARTNER WYDANIA

ELASTYCZNOŚĆ TO PONADCZASOWY TREND

Co wpływa na powodzenie konferencji czy szkolenia, w czym tkwi klucz do sukcesu centrum hotelowo-biznesowego, jakimi trendami powinien się on kierować i jaką rolę w przygotowaniu wydarzeń firmowych pełni Event Manager – między innymi o tym opowiedziała nam Anna Brzózko-Jaworska – Dyrektor Marketingu i Sprzedaży Osady Śnieżka.

ROZMAWIAŁA:

Marta Klecha

redaktor naczelna



Nasi Business Event Managerowie dobrze wiedzą o tym, że przedsiębiorcy i pracownicy potrzebują chwil wytchnienia. Dlatego zapewniają im je, nawet podczas udziału w konferencjach i szkoleniach służbowych. Oferta rekreacyjna Osady Śnieżka to m.in. wypad na narty zjazdowe i biegowe, zarówno po polskiej jak i czeskiej stronie Karkonoszy, wspinaczka i ekscytujące wyprawy z przewodnikiem. Uczestnicy wydarzeń biznesowych, którzy wolą mniej aktywny odpoczynek, również znajdą coś dla siebie.

Co takiego jest w Osadzie Śnieżka, że obiekt ten jest polecany i wybierany jako miejsce idealne do organizacji konferencji czy szkoleń? Jakimi trendami Państwo się kierują?

Osada Śnieżka to obiekt o wyjątkowym charakterze, położony pośród karkonoskich łąk i lasów. Aż 7 hektarów terenu zielonego daje nieskończone możliwości aranżacji nietuzinkowej imprezy. Nie bez znaczenia jest także łatwy dojazd z Wrocławia, Poznania czy Warszawy, a także fakt, że Osada Śnieżka oferuje dodatkowo transfer z polskich i czeskich lotnisk. Świeże powietrze to naturalny atut tej miejscowości, a widoki na góry i pogórze z okien Osady Śnieżka to bardzo przyjemny dodatek do wydarzenia biznesowego czy integracji. Nasi Business Event Managerowie dobrze wiedzą o tym, że przedsiębiorcy i pracownicy potrzebują chwil wytchnienia. Dlatego zapewniają im je, nawet podczas udziału w konferencjach i szkoleniach służbowych. Oferta rekreacyjna naszej Osady to m.in. wypad na narty zjazdowe i biegowe, zarówno po polskiej jak i czeskiej stronie Karkonoszy, wspinaczka i ekscytujące wyprawy z przewodnikiem.

Wszystkie grupy chcą tak intensywnie odpoczywać?

Ależ skąd! Nie wszyscy lubią aktywny odpoczynek. Dlatego masaże i zabiegi w naszym salonie Beauty, dobrze wyposażone saunarium i podgrzewane base-

ny Osady Śnieżka to miła alternatywa dla spokojniejszych uczestników biznesowego eventu. Z balkonów i tarasów apartamentów i pokoi hotelowych rozciągają się widoki na lasy, pola i góry, zatem nie trzeba z niego wychodzić, by doświadczyć naturalnej potęgi majestatycznych Karkonoszy. Można także zanurzyć się w fascynującej i zróżnicowanej ofercie regionu. Muzeum Sentymentów przenosi odwiedzających do czasu PRL, Huta Szkła Kryształowego Julia oferuje zwiedzanie i warsztaty manualne, a Dolina Pałaców i Ogrodów gwarantuje niezapomnianą wycieczkę do zabytkowych zamków, twierdz, dworów, pałaców i uroczych rezydencji. Taki historyczny akcent ciekawie równoważy biznesową nowoczesność Osady Śnieżka.

Co Pani zdaniem jest kluczem do sukcesu centrum hotelowo-biznesowego?

Interesujące pytanie. Znacznie prostsza jest odpowiedź, niż sam proces organizacji i obsługi pobytów grupowych. Każdy z nich jest inny, bo grupy mają różną liczebność, charakter oraz potrzeby noclegowo-konferencyjne. Jednakże są stałe elementy – sale i ich wyposażenie, miejsca noclegowe, wyżywienie i event manager. Przyznam, że w tej układance największe znaczenie ma event manager, bo to on ostatecznie decyduje o wizerunku naszej marki. Dlatego ciągle, dzięki przyjeżdżającym do nas grupom, rozwijamy zakres działania oraz styl pracy dedykowanego Business Event Managera.



Czy możemy zatem powiedzieć, że to Business Event Manager decyduje o sukcesie konferencji i przekłada się na zadowolenie gości?

Rzeczywiście ma on ogromny wpływ na kształt całej imprezy. Jest empatyczny i profesjonalny. Zajmuje się kontrahentami zgodnie ze strategią Osady Śnieżka, której głównym założeniem jest elastyczność. Jak zwykle w przypadku dobrze przygotowanej oferty, w pierwszym kroku bada potrzeby konferencyjne, biznesowe i rekreacyjne, potem przygotowuje wydarzenie szyte na miarę, będąc w stałym kontakcie z organizatorem i uczestnikami. W kolejnym kroku opiekuje się grupą podczas eventu, a na zakończenie podsumowuje współpracę. Dedykowni Business Event Managerowie Osady Śnieżka, ich życzliwość, staranność, zaangażowanie oraz wiedza połączona z doświadczeniem, obok niepowtarzalnej architektury resortu, są fundamentalnymi wartościami oferty grupowej. Umiejętnie łączymy ją z możliwościami

rekreacyjnymi pięknego regionu Karkonoszy i Górzerskich.

Czy menu dla grup także jest elastycznie dostosowane do wymagań?

Osada Śnieżka szczyci się wyjątkowo bogatymi buffetami oraz szerokim menu, stworzonym specjalnie z myślą o grupach biznesowych. Rzeczywiście wyróżnia nas elastyczność, także w tym zakresie. Dla każdego wydarzenia ustalamy indywidualne menu – od małej przerwy kawowej do spektakularnego bankietu. Każda sugestia jest szczegółowo analizowana i realizowana zgodnie z wytycznymi. Chętnie przygotowujemy także autorskie menu naszych gości. Warto także dodać, że doskonały smak lubi występować w duecie z pięknym zapachem. Dlatego bankiety i inne wydarzenia ozdabiamy aranżacjami florystycznymi ze świeżych kwiatów, ziół i owoców.

Czy jest coś jeszcze, co wpływa na sukces imprezy grupowej?

Tak, jest jeszcze jeden element, który często decyduje o powodzeniu całego eventu. Są to dodatkowe udogodnienia i usługi, które często są zamawiane pod wpływem chwili. Zazwyczaj nie stanowią one stałej oferty Osady Śnieżka. W takich sytuacjach bardzo przydaje się wspomniana wcześniej elastyczność Business Event Managera, który potrafi dokonać wręcz niemożliwego. Uzupełnia ją sieć sprawdzonych partnerów biznesowych, którzy szybko i skutecznie pomagają nam w takich sytuacjach. Są wśród nich styliści, instruktorzy sportowi, przewodnicy sudeccy, kwaciarnie, biura podróży, filmowcy i fotografowie, firmy transportowe i wiele innych.

www.osada-sniezka.pl

OSADA ŚNIEŻKA – KONFERENCJE Z WIDOKIEM NA KARKONOSZE

Nowoczesne sale konferencyjne, pokoje i apartamenty w pięciu standardach, menu tworzone specjalnie z myślą o grupach biznesowych, bogata paleta zabiegów relaksujących i upiększających, naturalne pejzaże, malownicze szlaki, niepowtarzalne warunki narciarskie i bogata infrastruktura sportowa i rekreacyjna – to tylko niektóre atuty Osady Śnieżka, miejsca z ogromnym potencjałem dla eventów biznesowych.

AUTOR:

Anna Brzózko-Jaworska

dyrektor marketingu i sprzedaży Osady Śnieżka.

Centrum konferencyjne szyte na miarę

Na potencjał centrum konferencyjnego Osady Śnieżka składa się przede wszystkim modułowa sala konferencyjna o łącznej powierzchni ponad 300 m². Znajduje się ona w części hotelowej, a jej niepodważalną zaletą jest fakt, że dzięki modułowym ścianom można ją podzielić na 3 zupełnie od siebie niezależne sale, z których każda posiada nowoczesne wyposażenie audiowizualne i multimedialne. Osada Śnieżka idealnie nadaje się także do zorganizowania spotkania o mniej formalnym charakterze. Trzy klimatyczne

restauracje: Miód, Malina i Albero, Zakątek Lapoński z chatką i domkiem oraz sauną i balią, a także miejscem na ognisko i grilla – pozwalają na ciekawe zaplanowanie czasu wolnego czy przeprowadzenia spotkania integracyjnego. Ponadto obiekt posiada 336 pokoi hotelowych i apartamentów w pięciu różnych standardach.

Spa&Wellness

Doskonałym miejscem na odpoczynek i relaks jest Osada Śnieżka Beauty, która proponuje swoim gościom cały wachlarz zabiegów relaksujących i upiększających. Hołdując filozofii wellness, umiejętności odpoczynku i relaksu oraz indywidualnemu podejściu do harmonii, obiekt stworzył niepowtarzalne

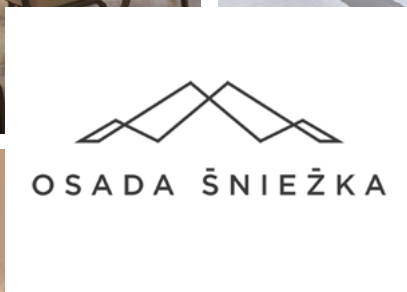
miejsce, które całą swoją atmosferą zachęca do odnowy biologicznej i regeneracji oraz pobudzenia sił vitalnych ciała i umysłu. W strefie basenowej Osady Śnieżka znajdują się dwie części rekreacyjne: basen z bogatą strefą rekreacyjną i z licznymi atrakcjami oraz świat saun. To wyjątkowe miejsce pozwala oddać się w pełni relaksowi, zwłaszcza po wymagającym dniu szkolenia czy pracy. Goście biznesowi znajdą tu pełne odprężenie na najwyższym poziomie. Profesjonalnie zaprojektowana strefa relaksu, a w niej sauny: sucha, infrared i sauna mokra oraz aromatyczne rytuały saunowe wzbogacają zakres doznań i relaksu.

Czas wolny dla biznesu

Łomnica to miejsce położona w otoczeniu gór i lasów, dające niepowtarzalne możliwości organizacji czasu wolnego. Lokalizacja Osady Śnieżka w sposób niezwykle sprzyja wypoczynkowi i rekreacji. Cisza, spokój i zmieniające się krajobrazy, kojąco wpływają na samopoczucie i sprzyjają wypoczynkowi. Wzorami regionu są piękne, naturalne pejzaże, malownicze szlaki, krystaliczne potoki, wodospady, granitowe skały, niepowtarzalne warunki narciarskie, wyjątkowy klimat i bogata infrastruktura sportowa i rekreacyjna. To także miejsce niezliczonych tras biegowych i rowerowych oraz atrakcji turystycznych, które o każdej porze roku pozwolą ciekawie spędzić czas. Z kolei złote potoki, żyły srebra, szlachetnych i półszlachetnych kamieni są bardzo doceniane przez okolicznych jubilerów i częstą stanowią niespodziankę dla gości biznesowych.



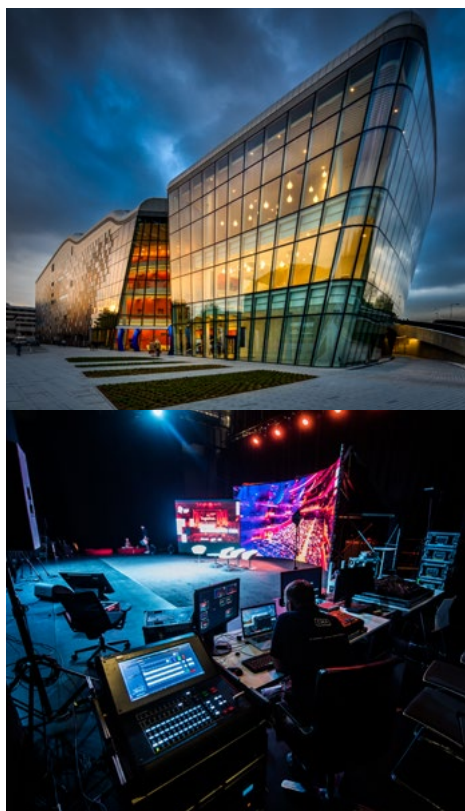
www.osada-sniezka.pl



KRAKÓW GOTOWY NA REALIZACJĘ WYDARZEŃ HYBRYDOWYCH!

Aktywność branży eventowej w ostatnich miesiącach znacząco zmniejszyła się w związku z obostrzeniami nałożonymi ze względu na stan epidemiczny w Polsce. Obecnie nową normalnością stają się wydarzenia hybrydowe, czyli połączenie światów offline i online. Kraków jest jednym z pierwszych polskich miast gotowych na realizację wydarzeń hybrydowych, a Centrum Kongresowe ICE Kraków już zrealizowało kilkanaście takich imprez, stale rozszerzając swoje możliwości w tym zakresie.

AUTOR:
Izabela Błaszczyk
dyrektor KBF
operatora ICE Kraków



Świat realny przeniósł się w pewnym stopniu do przestrzeni Internetu. Krakowski obiekt w trosce o bezpieczeństwo uczestników wydarzeń prezentuje dodatkową możliwość dotarcia do zdecydowanie większej niż dotąd liczby odbiorców – kreując edukacyjną i rozrywkową przestrzeń internetową. Dzięki partnerowi technologicznemu odpowiedzialnemu za utworzenie studia na scenie Sali Teatralnej (S2) – Concept Music Art (CMA) ICE Kraków pomoże zorganizować i transmitować każde wydarzenie. Ta eksplorująca świat nowych technologii współpraca umożliwi organizatorom wydarzeń przekroczenie granicy standardowego podejścia. Globalny przemysł spotkań już dostał w kwestii nowego standardu sygnał i przykład z góry, ponieważ stowarzyszenie ICCA podjęło decyzję o organizacji przyszłych swoich wydarzeń w formie hybrydy.

Centrum ICE Kraków bardzo szybko zareagowało na nowy trend – pod koniec kwietnia odbyła się pierwsza konferencja online nadawana prosto ze studia wirtualnego. W sumie zorganizowane zostały dwie edycje Kraków Network Together o tematyce bezpieczeństwa eventów, w których udział wzięli liderzy poszczególnych grup projektu Kraków Network oraz sygnatariusze Power of 4. Obie transmisje dotarły do 55 tysięcy odbiorców!

Nowy wymiar wydarzeń w ICE Kraków daje szczególną możliwość uczestnictwa młodym ludziom, tym urodzonym w dobie Internetu. Aby zainteresować osoby wkraczające w dorosłość, organizatorzy powinni pokazać otwartość na technologiczne rozwią-

zania w branży MICE, a jednocześnie obiekty muszą zwrócić większą uwagę na bezpieczeństwo i zdrowie uczestników. Wydarzenia o tradycyjnym charakterze będą odbywać się w dalszym ciągu, ale z dużymi ograniczeniami wynikającymi z obostrzeń nałożonych przez rząd.

ICE Kraków dwukrotnie plasowało się na pierwszym miejscu w skali Nowej Europy, raz na drugim i trzecim. W 2019 ponownie uzyskało Złoty Certyfikat Jakości wśród najlepszych przestrzeni kongresowych Europy.

Studio wirtualne przygotowane przez ICE Kraków i Concept Music Art CMA to warty podkreślenia przykład świetnej współpracy w czasach pandemii. Partnerzy połączyli swoje doświadczone zespoły, by dać wszystkim odbiorcom możliwość udziału w wydarzeniach online produkowanych w studio nagraniowym w Sali Teatralnej.

Więcej informacji o wydarzeniach hybrydowych w ICE Kraków znajdziesz tutaj:
<http://icekrakow.pl/wydarzenia-hybrydowe>.

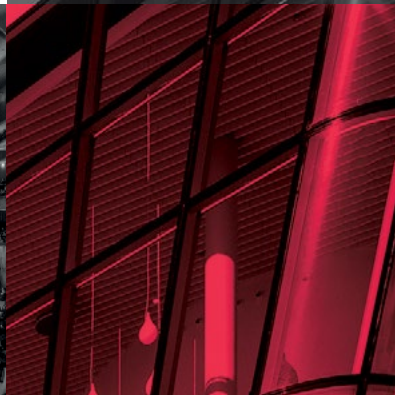
www.icekrakow.pl

kbf:

operator ICE Kraków



KRAKÓW
CONGRESS
CENTRE



@ office@icekrakow.pl
» icekrakow.pl

Let's inspirit
your event.

Together.

PODKARPACKIE I G2A ARENA STAWIAJĄ NA ROZWÓJ

Województwo podkarpackie na przestrzeni kilku ostatnich lat znacząco rozwinęło się pod kątem biznesowym, a znajdująca się tu G2A Arena, jedyny na Podkarpaciu obiekt o charakterze targowo-konferencyjnym, ma w tym swój udział. O szczegóły dotyczące rynku spotkań regionu podkarpackiego zapytaliśmy Kamila Szymańskiego, Prezesa Zarządu CWK Operator Sp. z o.o. – operatora obiektu G2A Arena.

ROZMAWIAŁA:
Marta Klecha
redaktor naczelna



Kamil Szymański

Jak oceniają Państwo rynek spotkań regionu podkarpackiego?

Od początku istnienia G2A Arena Centrum Wystawienniczo-Kongresowego - w ciągu 4 lat, odbyło się tutaj ponad 470 wydarzeń, a obiekt odwiedziło ponad 410 tys. osób z ponad 40 krajów. Śmiało mogę powiedzieć, że rynek spotkań Podkarpacia rośnie w siłę. W G2A Arena obserwujemy, że na Podkarpacie przyjeżdżają nie tylko turyści z kraju, ale też z zagranicy, a co najważniejsze, zauważalny jest wzrost turystów segmentu biznesowego. Nasz region staje się ciekawą alternatywą dla osób, które chcą przebywać wśród nieskażonej przyrody, a przy okazji prowadzić efektywne rozmowy biznesowe i nawiązywać kontakty. Sukcesywnie obserwujemy wzrost liczby wystawców podczas targów oraz rosnącą liczbę uczestników różnego rodzaju wydarzeń.

Co jest najważniejsze dla organizatorów spotkań, którzy wybierają Rzeszów? Jakie atuty przede wszystkim biorą pod uwagę?

Podkarpacie na przestrzeni kilku ostatnich lat bardzo się rozwinęło i wiele zyskało ekonomicznie.

Dolina Lotnicza, która dominuje w tym regionie pod kątem przemysłu, rozwija się niewiarygodnie szybko i zaraża swoim rozwojem inne dziedziny życia. Podkarpacie jest miejscem ciekawym biznesowo dla potencjalnych inwestorów, którzy chętnie uczestniczą tu w różnego typu eventach. Jednak jako najważniejsze aspekty uznałbym lokalizację i dobrą komunikację. Mamy lotnisko „Rzeszów – Jasionka”, niedługo powstanie podmiejska kolej aglomeracyjna. To bardzo ważne przy organizacji nawet małego wydarzenia. Co więcej, w tym regionie widoczna jest otwartość mieszkańców na biznes, przedsiębiorców z kraju i nie tylko. Niejednokrotnie wydarzenia organizowane w G2A Arena, przekładają się na realne efekty biznesowe tychże spotkań, w postaci konkretnych umów i porozumień biznesowych.

Jakie wydarzenia Państwo organizują?

Obecnie G2A Arena specjalizuje się w organizacji targów, konferencji, kongresów i wystaw. Od czterech lat konsekwentnie i z pełną energią rozwijamy się zarówno w roli organizatorów wydarzeń, jak i poprzez wynajem powierzchni. Wydarzenia w G2A Arena mają zróżnicowaną tematykę oraz liczbę

uczestników: od kilkunastu osób, do nawet dwudziestotysięcznej frekwencji. Organizujemy eventy o zasięgu lokalnym, np. Śniadania Biznesowe, Podkarpacki Kongres Gospodarczy, Forum Liderów Rozwoju; krajowym, np. Targi Wędkarskie Carpathia Fishing, Targi Ogrodnictwa i Aranżacji Wnętrz Home & Garden czy Kongres Business Without Limits, a także wydarzenia o międzynarodowym charakterze. W tym miejscu muszę wspomnieć o tak ważnych projektach, jak Kongres 590, Forum Europa-Ukraina, Kongres 60 Milionów, czy organizowanym w tym roku po raz pierwszy Forum Polsko-Słowackim. Są to wydarzenia, dzięki którym G2A Arena i Podkarpackie są rozpoznawalne nie tylko w kraju, ale również na świecie. Od kilku miesięcy, w związku z sytuacją epidemiologiczną wywołaną COVID-19 i zakazem organizacji wydarzeń kongresowo-targowych, postawiliśmy na wydarzenia odbywające się online; są to formaty w 100-procentach zdigitalizowane i dostępne dla wszystkich osób niezależnie od miejsca, w którym się w danym momencie znajdują. To doświadczenie organizacji wydarzeń w sieci pokazało, że jest to przyszłościowy format, który obok wad, ma również wiele zalet. Dlatego też będziemy chcieli łączyć go w pewnego rodzaju hybrydę z wydarzeniami odbywającymi się fizycznie u nas w obiekcie.

Czy obserwują Państwo jakieś tendencje dotyczące organizacji spotkań? Jakiego typu wydarzeń jest więcej, których mniej? Co się zmienia w tym zakresie?

Z roku na rok widzimy, że dużym zainteresowaniem cieszą się kongresy, podczas których omawiane są aspekty społeczno-gospodarcze ważne dla regionu, ale i kraju, specjalistyczne konferencje dedykowane poszczególnym branżom oraz targi. Obserwujemy, że kolejne edycje wydarzeń to większa frekwencja zarówno wśród wystawców, jak i odwiedzających (wzrost średnio o ok. 20%). Do obiektu przyjeżdżają mieszkańcy Podkarpacia, województw ościennych, a jeśli mówimy o wydarzeniach stricte biznesowych,

widzimy, że coraz więcej uczestników to obcokrajowcy. Mnie, jako zarządzającego jedynym na Podkarpaciu obiektem o charakterze targowo-konferencyjnym, ten fakt bardzo cieszy i napawa dumą. Z naszych obserwacji wynika, że oprócz wzrostu frekwencji zmienia się również specyfika wydarzeń. Uczestnicy oczekują większej aktywizacji. Podczas kongresów nie wystarczają już panele dyskusyjne, w których prelegenci dyskutują na tematy ważne z punktu widzenia uczestników. Istotne jest, aby umożliwić takie formuły spotkań, które zintegrują odwiedzających. Przykładem mogą być burze mózgów, otwarte rozmowy z udziałem uczestników, zorganizowane i wyselekcjonowane dyskusje w poszczególnych grupach. Z drugiej strony niespodziewany wybuch pandemii koronawirusa zmienił świat, w tym funkcjonowanie branży MICE. Ta nowa i niewątpliwie wyjątkowa sytuacja, w jakiej się znajdujemy, sprawiła, że poszerzyliśmy naszą ofertę o wydarzenia online w postaci streamów, do których wykorzystujemy nowe technologie. Do tej pory zorganizowaliśmy kilkanaście konferencji tego typu w trzech cyklach: Biznes na Czasie, Choroby Cywilizacyjne XXI wieku i 60 Milionów Online. Największym wyzwaniem dla nas była organizacja dużego przedsięwzięcia – VII edycji Kongresu Business Without Limits. Były to dwa dni internetowych debat na tematy biznesowo-gospodarcze. Obaw było sporo, ale uczestnicy mimo tego, że nie mogli spotkać się realnie w G2A Arena, bardzo chętnie uczestniczyli w internetowej wersji wydarzenia, co potwierdzają statystyki: ponad 6,5 tys. odsłon na stronie kongresu podczas dwóch dni wydarzenia.

Jednak nie zatrzymujemy się jedynie na streamowaniu wydarzeń. W planie mamy organizację Targów ECO Product Expo w wersji hybrydowej. Chcemy, aby obok tradycyjnie odbywających się targów w obiekcie, były one również dostępne – właściwie na całym świecie. Za pomocą odpowiednio sprofilowanej platformy online, damy możliwość zarówno wystawcom, jak i odwiedzającym korzystania przez

pół roku z targów w świecie wirtualnym. Mało tego, oprócz ekspozycji produktów i możliwości ich oglądania, będzie można również dokonywać transakcji sprzedażowo-zakupowych. Myślę, że to przyszłościowa forma, która mocno udoskonaliła rynek targowy, który oprócz tradycyjnej, dotychczasowej formuły, zyska innowacyjny, nowatorski wydźwięk.

W tym momencie, pytany o tendencje dotyczące organizacji spotkań, chciałbym zaprosić przedstawicieli rynku eventowego na Kongres 590, który tradycyjnie już odbędzie się jesienią w G2A Arena. W tym roku w dniach 21 – 22 października. Podczas tego wydarzenia dyskutować będziemy o Polsce 2030 w różnych obszarach. Jednym z tematów będzie przyszłość i kierunki rozwoju rynku MICE oraz zmian jakie rynkowi spotkań szykuje najbliższa rzeczywistość. Kongres 590 będzie odbywał się również w formule hybrydowej, na miejscu zapewnimy uczestnikom specjalne procedury wejścia, aby zapewnić bezpieczeństwo i komfort uczestnictwa.

Zatem jakie zmiany i cele przed CWK G2A Arena?

Mamy nadzieję, że przyszłość będzie nowym rozdziałem dla G2A Arena. Zmiany będą spore, ponieważ od lipca 2021 roku w Centrum zagospodarowania o różnym formacie. Liczymy na to, że po tym terminie w obiekcie odbędą się koncerty, gale, imprezy sportowe i rozrywkowe. Już niebawem G2A Arena może stać się przestrzenią do organizacji wydarzeń widowiskowych, rozgrywek e-gamingowych, planem filmowym, czy ICE-Arena...przykłady mogą mnożyć. Jednym słowem – nie mając ograniczeń statutowych, możliwości wykorzystania przestrzeni w G2A Arena jest naprawdę wiele. Pragniemy, aby Centrum Wystawienniczo-Kongresowe tętniło życiem i stanowiło wizytówkę regionu.

HOTELOWE EKO TRENDY

Ekologia, w ostatnim czasie stała się modna i popularna. Można by rzec gorący temat, ponieważ coraz bardziej dostrzegamy jego palące skutki i zdajemy sobie sprawę, w jaki sposób nabiera on znaczenia w codziennym życiu.

AUTOR:

Tomasz Zaremba

specjalista ds. marketingu
Almond Business & SPA



Troska o planetę jest dziś koniecznością, a działanie na rzecz zmniejszenia skutków globalnego ocieplenia obowiązkiem każdego z nas. Nawet drobny gest może korzystnie wpłynąć na środowisko naturalne. Zwrot w kierunku ekologii m.in. „zero waste”, segregacja odpadów, ograniczenie spożywania mięsa jest zauważalny w wielu branżach, w tym także w przestrzeni hotelowej i turystycznej.

Hotel Almond Business & SPA Gdańsk wpisuje się w ten pozytywny trend i chce podkreślić mocno swoją dbałość o środowisko poprzez wprowadzenie nowoczesnych i ekologicznych rozwiązań na terenie obiektu.

Redukcja plastiku

Wszeghobecny plastik jest ekologiczną złą i utrapieniem, a zalegające plastikowe śmieci w ogromny sposób zanieczyszczają wody mórz i oceanów. Rezygnacja z jednorazowych sztućców i talerzy jest koniecznością, a wybieranie produktów w opakowaniach wielokrotnego użytku typu kosze, szkło, materiał zdecydowanie ograniczy tworzywa sztuczne w kuchennej przestrzeni.

Drewniane zabawki

Plastik nie jest bezpieczny dla nas dorosłych, a tym bardziej dla dzieci. W Restauracji Magiel w „strefie malucha” wprowadziliśmy drewniane, pozbawione toksycznych i szkodliwych składników zabawki.

Dozowniki z mydłem

Mydło ze specjalnego dozownika, to ekologiczne rozwiązanie, ale również komfort i wygoda użytkowania.

Torby papierowe

Torby papierowe i wielorazowego użytku to rozwiązanie zero waste, w połączeniu z eleganckim i stylowym designem.

Wegetariańskie menu

Redukcja lub chociaż ograniczenie obecności mięsa w codziennej diecie to dobry krok wpływający pozytywnie nie tylko na kondycję planety, ale również na nasze zdrowie i dobre samopoczucie. To żywienie ekologiczne i ekonomiczne, a przy tym smaczne i zdrowe. Wegetariańskie propozycje hotelowej Restauracji Magiel zaskakują, każdego gościa, bogatą paletą kolorów, głębią smaku i wyjątkowością aromatów roślinnych dań.

Świadomość ekologiczna i społeczna odpowiedzialność są w dzisiejszych czasach niezbędne. Jako Hotel Almond oraz Restauracja Magiel jesteśmy szczęśliwi, że możemy być inspiracją i rozwijać się również w sferze ekologii.

Racjonalne planowanie zakupów

Trend „Waste food”, czyli niemarnowanie żywności ma coraz większe znaczenie w branży hotelowej. Mądre i świadome zakupy to ułkon w stronę „Matki Ziemi”, ale także uniknięcie niepotrzebnych wydatków i generowanie sporych oszczędności. Warto robić raporty dotyczące wykorzystania poszczególnych produktów w kuchni oraz analizy dań, które cieszą się szczególnym zainteresowaniem gości. Na podstawie tych danych można z wyprzedzeniem planować racjonalne zakupy, zwracając baczniejszą uwagę

na terminy ważności produktów. Obserwowanie, które dania w karcie menu cieszą się największą popularnością, pilnowanie gramatury dań oraz wprowadzenia opcji zamawiania pół porcji wpływają na trafne sporządzenie listy zakupów.

Regularnych audytów marnowania żywności

Prowadzenie dziennika żywności powinno być obowiązkowym zadaniem każdego menedżera hotelowych restauracji. Bardzo często obawa, że może zabraknąć jedzenia, jest tak duża, że bez względu na koszty zwiększamy nadprodukcję. Bezustanny monitoring przygotowanych dań vs. tych, które nigdy nie zostały zjedzone, a nawet wydane oraz mierzenie ilości odpadów żywnościowych do natężenia ruchu gości w danym obiekcie hotelowym powinno być priorytetem. Świetnym rozwiązaniem jest także dzielenie się niespożytym jedzeniem z innymi np. z personelem obiektu.

Odpowiedzialne zarządzanie zapasami

Należy przeprowadzać przeglądy, z szefem kuchni i personelem hotelowej restauracji, ilości zapasów żywnościowych, tak by uniknąć marnotrawienia żywności jeszcze przed jej przygotowaniem. Warto umiejętnie gospodarować zasobami i ustanowić takie menu restauracyjne, aby każdy produkt i składnik miał swoje realne przeznaczenie.

Kompostowanie żywności

Ilość marnowanego jedzenia z niedojedzonych posiłków i odpadków powstałych w trakcie ich produkcji, to nierzadko tony jedzenia do wyrzucenia. Kompostowanie to najbardziej ekologiczny sposób, aby zamienić biodegradowalne resztki na wartościowy surowiec do użyczenia np. hotelowego ogrodu.

Segregacja odpadów

Odpowiednio opisane pojemniki na odpady w restauracji hotelowej, sprawiają, że segregacja jest prosta i bezproblemowa.

Ekologiczna wrażliwość

Pracowanie z zespołem, dla którego ekologię i obszar waste food są bliskie sercu, zdecydowanie wspomaga proekologiczne aktywności. Stały kontakt z hotelowym „teamem”, wspólne planowanie zmian i modyfikacji, regularne spotkania i wsluchiwanie się w swoje pomysły czy sugestie, to klucz do ekologicznego sukcesu.

Kierowanie uwagi w stronę potrzeb naszej planety i dostrzeganie klimatycznych zagrożeń, to dziś obowiązek każdego z nas. Świadomość ekologiczna i społeczna odpowiedzialność są w dzisiejszych czasach niezbędne. Jako Hotel Almond Business & SPA oraz Restauracja Magiel jesteśmy szczęśliwi, że możemy być inspiracją i rozwijać się również w sferze ekologii. Wiemy, że przyjazne środowisku zasady wprowadziło już wielu z Was. Taka postawa napawa optymizmem i wiarą, że wspólnymi siłami możemy skutecznie zmieniać świat.



TAK BLISKO - TAK SPOKOJNIE
Twoja przystań w Gdańsku



NADCHODZI CZAS APLIKACJI MOBILNYCH...

Świat coraz bardziej pędzi do przodu, a wraz z nim ludzie. Za nadchodzącymi zmianami musi nadążyć również branża hotelowa. Zastanawiając się nad funkcjami, jakie musi spełniać hotel w dzisiejszych czasach, pamiętajmy o jego najważniejszych użytkownikach, czyli gościach.

AUTOR:

Łukasz Pawlina

dyrektor sprzedaży i marketingu
Grano Hotels



Ludzie podczas służbowych czy prywatnych wyjazdów poszukują i odkrywają nowe, ciekawe podróżnicze kierunki i miejsca. Zmieniają się ich upodobania i życzenia, a branża spotkań powinna wychodzić naprzeciw tym oczekiwaniom. Dzisiaj z całą pewnością możemy stwierdzić, że nastaje era „Pokolenia Y”, ludzi urodzonych w 80. i 90. latach XX wieku. To właśnie ta grupa, w niedługim czasie będzie stanowiła większość osób aktywnych zawodowo i stanie się w najbliższej przyszłości „docelową” dla wielu hotelowych obiektów. Millenialsi, zwani także generacją cyfrową aktywnie i w każdej dziedzinie życia korzystają z technologii. Codzienne funkcjonowanie bez smartfona, tabletu, które coraz częściej stają się ich narzędziem pracy ze względu na łatwość i szybkość w obsłudze oraz stały dostęp do Internetu, jest zupełną abstrakcją. Interesują ich jasne, proste i natychmiastowe przekazy, w związku z tym są wielkimi entuzjastami różnego rodzaju aplikacji. Branża hotelarska zauważa pojawiające się tendencje i chcąc być na bieżąco i blisko potrzeb klientów, również proponuje wygodne mobilne rozwiązania.

Aplikacja mobilna usprawnia wiele działań związanych z funkcjonowaniem hotelu zarówno z perspek-

tywy gościa, jak i obsługi. Oprócz wygody kluczowym aspektem, w tego typu programach jest bezpieczeństwo, w jego dosłownym rozumieniu, czyli pewność, że poufne dane, których nie musimy wysyłać drogą mailową lub telefoniczną nie dostaną się w niepowo-

Aplikacja mobilna usprawnia wiele działań związanych z funkcjonowaniem hotelu zarówno z perspektywy gościa, jak i obsługi.

łane ręce. Wszystkie niezbędne informacje potrzebne do użytkowania aplikacji są zapisane i chronione hasłami. Propozycja korzystania z mobilnych aplikacji zachęca m.in. do rezygnacji z użytkowania tradycyjnej karty służącej do otwierania pokoju na rzecz klucza mobilnego. Tym samym ogranicza problem związany z ewentualnym jej zgubieniem i prawdopodobieństwem znalezienia przez osoby postronne.

Komfort i wygodę w bieżącym kontrolowaniu wydatków zapewnią również stały dostęp on-line do rachunków. Obserwując dynamiczny rozwój świata, często mówi się o zjawisku „zacierania się czasu i przestrzeni”, które kiedyś miały jasno zdefiniowany znaczenie. Dzisiaj wydźwięk tych słów przybiera zupełnie inne oblicze, w dużej mierze poprzez rozwój Internetu oraz postępującą globalizację. Obecnie za sprawą ustawicznego stanu on-line, możemy wirtualnie być w kilku miejscach jednocześnie. Spokojnie, bez stresu i pośpiechu sprawdzić interesujące nas kwestie, jeszcze zanim wyruszymy w podróż. Dokonując rekonesansu z domowej kanapy czy firmowego fotela zmniejszamy ryzyko dokonania niewłaściwych decyzji, a przy tym niebywale oszczędzamy cenny czas. Rozwiązania związane ze zdalną rezerwacją pobytu na pewno przypadną wielu klientom do gustu. Dzięki aplikacji mobilnej aby dokonać rezerwacji nie trzeba już pisać lub dzwonić do hotelowego działu rezerwacji, można to zrobić o dogodnej dla siebie porze, pięcioma kliknięciami w telefonie.

W dzisiejszych czasach powiedzenie, że czas to pieniądz coraz bardziej nabiera na znaczeniu. Mobilny check-in i check-out to usługi, które dają swobodę, minimalizują kontakt z personelem hotelu, ale przede wszystkim znacznie oszczędzają czas na oczekiwaniu w kolejce do recepcji, by się zameldować lub wymeldować. W kontekście mobilnego meldunku i swobody, jakie daje ta funkcja, goście stają się coraz bardziej samodzielni i niezależni. Bez potrzeby kontaktu z obsługą hotelu, sami mają możliwość zmiany rezerwacji bądź jej anulacji 24h na dobę, 7 dni w tygodniu. Dla firm wygoda wiąże się również z możliwością pobrania faktur z poziomu aplikacji. Samowystarczalność może dotyczyć również sterowania z poziomu aplikacji różnymi funkcjami zainstalowanymi w hotelowym pokoju, i tak np. gość może sam zdecydować o temperaturze, jaką chce zastać w pokoju, jeszcze przed swoim przyjazdem, zdalnie zasłonić zasłony czy zaprogramować telewizor.

Ostatnim ważnym aspektem dotyczącym aplikacji są dodatkowe korzyści płynące z jej użytkowania. Poczynając od specjalnych zniżek na noclegi i gastronomię po program lojalnościowy i zbieranie punktów, którymi można płacić za różne inne hotelowe usługi. Krótko mówiąc, korzystanie z aplikacji jest najzwyczajniej w świecie opłacalne i praktyczne.

www.granohotels.pl



145 M² POWIERZCHNI
KONFERENCYJNEJ, W 3
W PEŁNI WYPOSAŻONYCH
SALACH!



SPA AND WELLNESS:
BASEN, DWIE SAUNY,
JACUZZI, GABINETY
RELAKSU ORAZ SŁOWNIA!



136 DESIGNERSKICH
POKOI!



HOTEL POŁOŻONY NA STARYM
MIEŚCIE W GDAŃSKU IDEALNIE
SKOMUNIKOWANY Z DROGĄ
EKSPRESOWĄ S7 ORAZ
AUTOSTRADĄ A1



PIERWSZE 5 REZERWACJI
WYNAJEM SALI FREE!

NAPISZ DO NAS!

EVENT@GRANOHOTELS.PL

WWW.GRANOHOTELS.PL



WYPŁYNAĆ NA SZEROKIE WODY

Eventowa przestrzeń nie znosi ograniczeń i z lubością przekracza wszelkie granice. W natłoku fajerwerkowych atrakcji coraz głośniej przemawia do nas cisza, możliwość złapania oddechu i „wiatru w żagle”. W miejscu, gdzie industrialny rytm dużego miasta splata się z relaksującym klimatem naturalnego otoczenia, wszystko jest możliwe.

www.hotelprzystan.com

AUTOR:

Anna Piotrowska

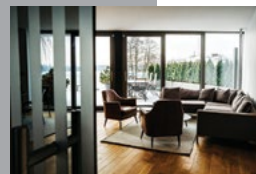
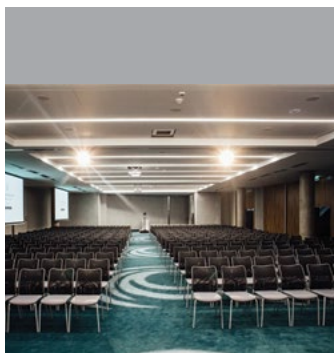
specjalista ds. marketingu Przystań Hotel & Spa

W hotelu Przystań, w Olsztynie do zmiany perspektywy wystarczy dosłownie jeden krok. Ani mniej, ani więcej. Taki anturaż to prawdziwa gratka zarówno dla licznych grup, jak i indywidualnych osób poszukujących przestrzeni do relaksu i wyciszenia. Trudno o lepszą okazję do tego, by zatrzymać na chwilę bieg zdarzeń i odłożyć firmowy terminarz. – „Jak tu pięknie, to niemożliwe, że są takie miejsca.” – to słowa naszych Gości, które nie wymagają żadnego komentara, mówi Anna Hencka-Zyser, kierownik marketingu Przystań Hotel & Spa.

Poszukiwania aktualnych trendów, najlepiej zastąpić wsłuchaniem się w oczekiwania Gości. Dbłość o każdy detal, dopracowanie konkretów dla przeżycia wyjątkowych doznań to niezbędne elementy finalnego sukcesu perfekcyjnej realizacji. „Przystań” to miejsce, w którym nie komponują się szablony, sztampa i rutyna, a każdy event jest zabarwiony wyjątkowością faktora „X”. Nie byłoby to możliwe bez wsparcia bogatego zaplecza konferencyjnego w postaci 14 sal, wysmakowanej kuchni dwóch restauracji w ramach kompleksu oraz kameralnej strefy wellness, pełnej rytualnych zabiegów SPA perfekcyjnie wypełniających zarówno przestrzeń, jak i czas. Wszystkie te elementy tworzą aurę eventu i wspomnień, które nie wpadają do grona bezimiennych skojarzeń pod nazwą „firmowe spotkanie”.

„Przystań” to w miejsce, w którym każdy event zabarwiony jest wyjątkowością faktora „X”, a działania na bazie szablonu, sztampy i rutyny zwyczajnie nie istnieją.

PRZYSTAŃ NA SPEKTRUM MOŻLIWOŚCI

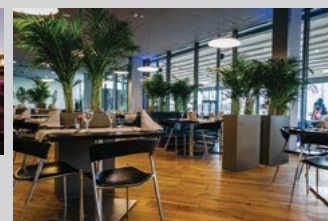
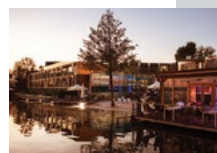
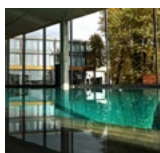


★★★★



**PRZYSTAŃ
HOTEL & SPA**

★★★★



Hotel oferuje Gościom 14 komfortowych sal biznesowych. Multimadialne centrum o powierzchni 600 m daje możliwość organizacji spotkania dla 400 osób. Smak eventowych spotkań to także wyjątkowa kuchnia dwóch restauracji. Menu Przystani pozwala poczuć regionalny klimat. Dania serwowane przez Restaurację Port to kulinarna podróż po świecie. Najlepszą miarą wypoczynku całych grup jest komfort i relaks każdego uczestnika spotkania.

Przystań
Hotel & Spa

PRZYSTAŃ HOTEL & SPA TO UNIKATOWY MIKROKLIMAT I OŻYWCZA BRYZA JEZIORA UKIEL. TO PRZESTRZEN DO REGENERACJI BEZ POZUCIA ODCIĘCIA OD ŚWIATA. WYŚMIENITA KUCHNIA, RELAKS W STREFIE WELLNESS, UROK SPA TO ŹRÓDŁO PAMIĘTNYCH EMOCJI. DROGOWA I KOLEJOWA INFRASTRUKTURA POZWALA SPRAWNIE DOTRZEĆ NA MIEJSCE.

Przystań Hotel & SPA
ul. Żeglarska 4, 10-160 Olsztyn
tel. 89 651 90 00
www.hotelprzystan.com

ZMIENIAMY SIĘ DLA WAS

Czterogwiazdkowy Hotel Mrągowo Resort & SPA z każdym miesiącem zmienia się coraz bardziej, gubiąc widoczny do niedawna ząb czasu. Kolejne etapy modernizacji obiektu zostały już zakończone, a następne inwestycje są w toku.

www.mragoworesort.pl

AUTOR:

Natalia Kurman

dyrektor ds. sprzedaży i marketingu

Nowa przestrzeń konferencyjno-eventowa, znacznie wzbogaciła ofertę oraz zwiększyła siłę sprzedażową obiektu dla gości z sektora MICE. W ramach przeprowadzonych dotychczas inwestycji, goście hotelu spędzają czas w odświeżonych pokojach, w których wymieniane zostały wykładziny, obicia i tekstylia, część pokoi miała też generalny remont łazienek. W każdym z 212 pokoi remontowane są tarasy i balkony, co ma również związek z wymianą całości elewacji budynku i stolarki okiennej oraz drzwiowej.

Odnowiono także hotelowe lobby, klub nocny, sale konferencyjne i taras widokowy. Oferta Mrągowo Resort & SPA powiększyła się też o 2 kryte korty tenisowe, kryte w sezonie jesienno-zimowym pełnowymiarowe boisko do piłki nożnej oraz nową część strefy zabaw dla dzieci z dmuchanym torem przeszkód, salą animacji i kąpieliskiem dla maluszków. Strefa Wellness zyskała nową siłownię i dwie nowe sauny: suchą i parową.

To nie koniec zmian. Nastrojowa restauracja z widokiem na jezioro została znacznie powiększona, dając możliwość przygotowania bankietu nawet na 600 osób. Podgrzewany, zadaszony taras z panoramą mazurskiego krajobrazu wzbogaci niewątpliwie każde wydarzenie o atrakcje na świeżym powietrzu. Całość wnętrza jest bardzo gustowna, nowoczesna i funkcjonalna dzięki czemu daje neutralne tło pod każdy event.

W drugiej połowie 2019 roku oddana została nowa, multifunkcyjna sala konferencyjna o powierzchni 525m². wraz częścią wystawienniczą z osobnym wejściem. Obecnie organizatorzy wydarzeń i eventów mogą korzystać z 6 nowoczesnych sal konferencyjnych, w których pomieści się od 70 do nawet 500 uczestników spotkania. Dostępne są również 4 sale szkoleniowe, dzięki czemu hotel może pochwalić się powierzchnią konferencyjną na poziomie 900m².

Kolejny etap inwestycji obejmie m.in. ukończenie odnowienia elewacji budynku wraz wykonaniem nowego wejścia głównego, zróżnicowanie kategoryzacji pokoi, jak również budowę kolejnego boiska piłkarskiego i modernizację strefy basenowej.

Hotel Mrągowo Resort & SPA ewidentnie odetchnął wychodząc z sieci i z wielkim zaangażowaniem pracuje na swoje „nazwisko” wykorzystując potencjał hotelu resortowego.



TWOJE KONFERENCJE Z WIDOKIEM NA MAZURY

SPRAWDŹ

PONAD **500M²** NOWEJ
POWIERZCHNI KONFERENCYJNE

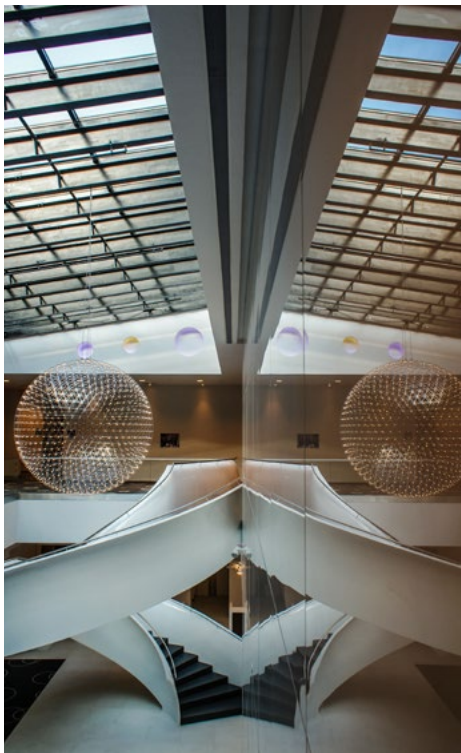
EVENT W „FABRYCE SNÓW”

W Łodzi przy ul. Łąkowej 29 niegdyś mieściła się słynna na cały świat Wytwórnia Filmów Fabularnych. Dziś pod tym adresem działa hotel DoubleTree by Hilton Łódź. Spuścizna dawnej „Fabryki Snów” definiuje unikalny charakter tego miejsca. Obiekt ma do dyspozycji aż 5000 m² powierzchni konferencyjno-wystawienniczej.

AUTOR:

Marta Wróblewska

Dział Sprzedaży MICE



Nieskończone możliwości

Przestrzenie eventowe, których próżno szukać w innych obiektach, to między innymi cztery dawne hale Wytwórni Filmów Fabularnych. W swoim nowym życiu zyskały wystawienniczo-kongresowy charakter. Pozwalają na dowolną aranżację przestrzeni, w tym ustawienie mobilnej sceny oraz widowni. Można tu budować boiska piłkarskie, pokazyne scenografie czy tory wyścigowe w technologii mappingu 3D. Hale są przystosowane do wprowadzenia aut bezpośrednio z ulicy, a na parkingu podziemnym znajduje się myjnia. Najwyższa z hal ma 16 m wysokości oraz udźwignie 250 kg/m². W jednej przestrzeni, w ustawieniu koktajlowym, zmieści się nawet 1600 osób.

Uwagę przykuwa także zrewitalizowana sala kinowa. Może pomieścić 160 osób, umożliwia projekcje 3D, a przylegające do niej klimatyczne foyer (133 m²) idealnie nadaje się na after party czy wernisaże.

Ofertę uzupełnia unikalna sala balowa na 380 osób, boardroom i 9 sal konferencyjnych z dostępem do światła dziennego.

Przepyszne poranki

Znakiem firmowym łódzkiego hotelu są śniadania, są niezwykle urozmaicone i zdecydowanie wykraczają ponad standardy. W śniadaniowym kącie Szefa Kuchni produkty zmieniają się sezonowo, dlatego raz trafimy na truskawki, kolejnym na szparagi, a jeszcze innym grzyby. Prawdziwą sensacją, dostępną niezależnie od pory roku, jest miód pochodzący z własnej pasieki.

Przestrzenie eventowe, których próżno szukać w innych obiektach, to między innymi cztery dawne hale Wytwórni Filmów Fabularnych.

Wyjątkowy design

Fasada hotelu tworzy mozaikę przedstawiającą kadr z filmu „Zakazane piosenki”, pierwszej polskiej powojennej produkcji fabularnej. Wejście do każdego z 200 pokoi jest obramowane kadrami z filmów, które powstały w dawnej „Fabryce Snów”. Hotelowe lobby to miejsce recepcji większych wydarzeń, a także ulubione tło zdjęć grupowych. Z piętrem konferencyjnym łączy je zawieszane w powietrzu schody, które inspirowane są słynnymi schodami Wytwórni Filmów Fabularnych.

www.DoubleTreeLodz.pl
tel.: 42 208 80 80
lcjdl.ds@hilton.com



AQUARIUS

hotel spa & wellness

hotel***
aQuarius



U nas złapiesz wiatr w żagle...

- 600 miejsc noclegowych
- 7 sal konferencyjnych / 900 os. łącznie
- 120 miejsc parkingowych
- 400 m² powierzchni wystawienniczej
- 650 os. - pojemność największej sali konferencyjnej



Kołobrzeg



94 35 36 514



konferencje@aquariusspa.pl

www.AquariusSPA.pl



MIASTO OTWARTE NA EVENT

MIASTO KATOWICE



KATOWICE

dla odmiany

WWW.KATOWICE.EU

OFICJALNY PARTNER WYDANIA

METROPOLITALNE KATOWICE STAWIAJĄ NA PRZEMYSŁ SPOTKAŃ

O znaczeniu przemysłu spotkań w kształtowaniu potencjału turystycznego, o wizerunkowej transformacji, promocji miasta przez wydarzenia oraz jej kierunkach - w rozmowie z Waldemarem Bojarunem, wiceprezydentem Katowic.

ROZMAWIAŁA:

Marta Klecha

redaktor naczelna

Katowice od ponad dekady przechodzą potężną transformację wizerunkową, będącą naturalną konsekwencją dokonującej się przebudowy przestrzeni publicznej, ale też dotyczącą, co zrozumieliśmy, kierunków promocji miasta.

To prawda, od kilku już lat miasto, zgodnie z przyjętym dokumentem strategicznym, promuje się hasłem: „Katowice – dla odmiany”. Odnosi się ono zarówno do powstania nowych przestrzeni, np. Strefy Kultury przy Spodku, jak i do nowych dróg rozwoju Katowic, które obecnie koncentrują się na usługach wysokich technologii czy kulturze, także tej wysokiej. Przemiana Katowic dotyczy jednak również tej najważniejszej, chciałoby się powiedzieć, płaszczyzny, czyli zmiany postaw i wyobrażeń mieszkańców o swoim mieście.

Hasło oddaje więc komplementarność spojrzenia samorządu na miasto, kierunek realizowanej z powodzeniem od kilku lat polityki miejskiej. Jego dopełnieniem jest logotyp w kształcie serca, którego podstawę tworzy czarny fundament, nawiązujący do przemysłowej, zwłaszcza górniczej i hutniczej, części dziejów miasta, a jego kolorowe zwieńczenie odwołuje się do przyjętych kierunków rozwoju, sygnalizując wielką dynamikę rozwojową miasta.

Na co więc dzisiaj przede wszystkim stawiają Katowice, opowiadając o sobie?

Szczególne miejsce w działaniach służących wizerunkowi miasta zajmuje „przemysł spotkań”, który z jednej strony nawiązuje do industrialnego dziedzictwa, z drugiej jednak akcentuje wyjście Katowic naprzeciw, po pierwsze, mieszkańcom – miasta, metropolii, innych regionów Polski czy nawet obokrajowcom, poza tym potencjalnym inwestorom czy innym, którzy związali się z Katowicami, np. przez miejsce pracy.

Nie ukrywam, iż promocja, jaką samorząd realizuje poprzez przyciąganie i wspieranie ważnych dla Katowic wydarzeń o charakterze biznesowym, kulturalnym czy sportowym, ma potężny wpływ na wizerunek miasta. Relacje z takich eventów jak mistrzostwa świata czy Europy w różnych dyscyplinach sportowych, katowicki etap Tour de Pologne, festiwale, które sięgają po europejskie nagrody (Tauron Nowa Muzyka, OFF Festival Katowice, Rawa Blues Festival), czy fenomenalny Intel Extreme Masters budują bez wątpienia pożądany przez nas obraz Katowic. Wyjątkową przestrzeń, na której bardzo nam zależy, tworzą również spotkania biznesowe, przede wszystkim kolejne edycje Europejskiego Kongresu Gospodarczego czy Europejskiego Kongresu Małych i Średnich Przedsiębiorstw, które z każdym rokiem zyskują na znaczeniu i są odwiedzane przez przedstawicieli różnych, często najwyższych, struktur państwowych, reprezentantów środowisk naukowych oraz właśnie przedsiębiorców.

Szczególne miejsce w kalendarzu katowickich wydarzeń zajmują przedsięwzięcia będące prawdziwym wyzwaniem organizacyjnym – mam tutaj na myśli zwłaszcza Szczyt Klimatyczny ONZ (COP24), który miał miejsce w Katowicach w 2018 r., konferencję antydopingową WADA (2019) czy planowane na 2022 rok Światowe Forum Miejskie (WUF11).



Intel Extreme Masters_fot. UMK_Helena Kristiansson



Strefa Kultury_fot. UMK_comtv

Obecność tych eventów w przestrzeni miasta jest wynikiem osobistego zaangażowania Prezydenta Katowic Marcina Krupy.

Wspomina Pan o mieszkańcach, ale kto jeszcze jest adresatem organizowanych przez miasto wydarzeń?

Pierwszymi odbiorcami wszystkich wydarzeń w naszym mieście faktycznie są katowiczanie. To z myślą o nich podejmujemy kolejne wyzwania. Zależy nam bowiem na tym, by Katowice były miastem, które służy swoim mieszkańcom i z którego mieszkańcy mogą być dumni. Organizowane eventy mają być jedną z propozycji spędzania czasu wolnego, mają być okazją do odpoczynku i dobrej zabawy w gronie znajomych, ale też okazją do wzrostu i rozwoju, mam tu na myśli m.in. wydarzenia skierowane do młodszego pokolenia, np. Międzynarodowy Festiwal Teatrów Lalek „Katowice – Dzieciom”, piknik rodzinny „Eko-odpowiedzialnie”, ale też wydarzenia biznesowe, np. Start-up Days, towarzyszące Europejskiemu Kongresowi Gospodarcemu.

Unikatem na skalę naszego kraju zdają się być koncerty w siedzibie Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia, na które bilety rozchodzą się nieraz w ciągu pół godziny. W wydarzeniach w tej nowoczesnej sali koncertowej uczestniczą nie tylko katowiczanie, którzy nierzadko mają wykupione abonamenty, ale też mieszkańcy naszej metropolii czy nawet innych regionów, co nie ukrywam bardzo nas cieszy.

Wydarzenia biznesowe natomiast, których – dzięki prężnemu funkcjonowaniu Międzynarodowego Centrum Kongresowego – jest coraz więcej, są pośrednio nastawione na zaprezentowanie oferty miasta potencjalnemu inwestorowi. I trzeba przyznać, że podejmowane przez nas działania, których częścią są właśnie wydarzenia biznesowe, przynoszą bardzo wymierne efekty. Dzięki nim bowiem w naszym mieście zainwestowali m.in. IBM, Capgemini, PwC, Rockwell Automation, Kroll Ontrack, Mentor Graphics czy Sopra Steria.

W końcu mamy również nadzieję, że bogata oferta eventowa jest jednym z czynników zachęcających do zamieszkania w Katowicach, które w ten sposób przedstawiają się jako miasto otwarte, z różnorodną propozycją spędzania wolnego czasu.

Co według Pana jest kluczem do efektywnej promocji miasta przez wydarzenia?

Po raz kolejny wspomnę o katowiczanie. Wyznaje bowiem zasadę, że najlepszymi ambasadorami miasta są jego mieszkańcy. Warto więc rozważyć, w jakie wydarzenia się zaangażować, właśnie z punktu widzenia tych, którzy na co dzień tu mieszkają. Zależy nam na tym, by katowiczanie nie musieli wyjeżdżać do innych miast, by posłuchać dobrego koncertu czy pójść na mecz reprezentacji Polski w ulubionej dyscyplinie.

Podejmując decyzję w tej kwestii, trzeba czasem zaryzykować. Jako przykład podam zaangażowa-

nie miasta w pierwszą edycję finałów Intel Extreme Masters. Wydarzenie okazało się być strzałem w dziesiątkę. Obecnie więc jest to jeden z flagowych eventów w naszym mieście, odwiedzany przez dziesiątki tysięcy i oglądany przez miliony entuzjastów e-sportu na całym świecie.

Trudne doświadczenia ostatnich miesięcy bardzo mocno dotknęły branżę eventową. Wprowadzenie licznych ograniczeń, nakazów i zakazów spowodowało, iż wielu przedstawicieli tego środowiska stanęło przed poważnym wyzwaniem.

Tak, to prawda. Stan epidemii zdeorganizował życie każdego z nas. Spowodował również wiele zamieszania w kalendarzu miejskich wydarzeń. Nierzadko z dnia na dzień zostały odwołane imprezy, nad którymi organizatorzy pracowali nie raz przez długie miesiące. Chcąc przeciwdziałać bolesnym często skutkom epidemii, prezydent Marcin Krupa podjął szereg decyzji, których celem było udzielenie wsparcia tutejszym twórcom kultury, organizacjom czy przedsiębiorcom działającym w tym obszarze. Został m.in. przygotowany Katowicki Pakiet dla Kultury, który został skonsultowany z przedstawicielami środowiska oraz katowickimi radnymi. Przed nami niewątpliwie trudny czas. I mimo „odmrażania” kolejnych dziedzin naszego życia, to konsekwencje epidemii będą nam jeszcze długo doskwierały. Jednocześnie jednak z nadzieją patrzę w przyszłość, wierząc, iż „przemysł spotkań” nadal pozostanie tą przestrzenią w naszym mieście, w której nasi mieszkańcy i goście chętnie będą chcieli przebywać.

KATOWICE – MIASTO, GDZIE NOWOCZESNOŚĆ SPOTYKA SIĘ Z TRADYCJĄ

Katowice dzisiaj, jako stolica prawie 5-milionowego województwa oraz pierwszej w Polsce metropolii, to prężnie rozwijające się miasto. Świadczy o tym sukces gospodarczy, który odniosło dzięki umiejętnemu łączeniu bogactwa dziedzictwa z nowoczesnością, stając się kreatywnym i innowacyjnym ośrodkiem, powstałym na solidnych fundamentach przemysłowej przeszłości.



Szczyt Klimatyczny ONZ - COP24_fot. UMK

Przejawem tej nowej jakości miasta jest między innymi Strefa Kultury, kontynuująca dobre tradycje użytkowanego w sąsiedztwie Spodka. To zrewitalizowana przestrzeń obejmująca teren dawnej kopalni, gdzie wybudowano trzy okazałe obiekty – siedziby Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia i Muzeum Śląskiego oraz Międzynarodowe Centrum Kongresowe, w którym odbywa się szereg wydarzeń światowego formatu, np. Szczyt Klimatyczny ONZ, kolejne edycje Europejskiego Kongresu Gospodarczego,

finale rozgrywek Intel Extreme Masters czy Światowe Forum Miejskie (WUF11), którego gospodarzem Katowice będą w 2022 r.

Tym, co szczególnie wzmocniło pozycję miasta w ostatnich latach, jest również tytuł Miasta Kreatywnego UNESCO w dziedzinie muzyki, który przyznano górnośląskiej stolicy w 2015 r. To wyróżnienie wskazało nowe drogi, poszerzyło horyzonty działania, co z przekonaniem wykorzystywane jest

podczas realizacji nierzadko bardzo odważnych projektów z różnych dziedzin, nie tylko tych związanych z kulturą.

To przeobrażanie się Katowic w europejską metropolię, nastawioną między innymi na przemysł sportów, okazało się być słusznym kierunkiem rozwoju. Dziś bowiem miasto nie tylko konkuruje, ale i wygrywa ze znanymi ośrodkami zmagania o organizację prestiżowych przedsięwzięć, w które angażują się przedstawiciele struktur państwowych, świata nauki i biznesu, decydując nierzadko o globalnych rozwiązaniach.

Będąc świadome swojego sukcesu, Katowice intensyfikują działania, poszukując nowych dziedzin, w których mogłyby zaistnieć, ożywiając tym samym przestrzeń miasta i stwarzając swoim mieszkańcom i gościom jeszcze lepsze warunki do życia i pracy.

WP

www.katowice.eu



KATOWICE
dla odmiany

KATOWICE

miasto gospodarz WUF11



„PRZEMYSŁ SPOTKAŃ” WŚRÓD LASÓW I JEZIOR

AUTOR:

Radosław Paździorko

Biuro Promocji i Turystyki Miasta Olsztyna

Od kilku lat Olsztyn notuje regularny wzrost liczby turystów. Aby podtrzymać ten pozytywny trend, olsztyński ratusz stawia na promocję kolejnego sektora turystyki – tzw. (z ang.) MICE. Magistrat właśnie wydał informator na temat oferty turystyki biznesowej i konferencyjnej w stolicy Warmii i Mazur.

W dobie rosnącej konkurencji w branży turystycznej samorządy poszukują dotychczas niezagospodarowanych nisz rynkowych. W Olsztynie taką przestrzenią, w której wciąż jeszcze tkwiły rezerwy, był szeroko pojęty sektor turystyki biznesowej (skrót ang. MICE: Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions / spotkania, imprezy motywacyjne, konferencje i wystawy).

– Stolica Warmii i Mazur oferuje doskonałe warunki, by właśnie tu organizować seminaria, konferencje, wystawy, targi, szkolenia, kursy i imprezy firmowe – podkreśla prezydent Olsztyna Piotr Grzymowicz. – Decyduje o tym nie tylko dobra baza hotelowa, inwestycje w infrastrukturę i wysoka specjalizacja obiektów, ale również fantastyczne warunki naturalne, które sprawiają, że przysłowiowa firmowa integracja staje się czymś więcej, a miasto na długo zapada w pamięć swoich gości.

Olsztyn chce „kusić” organizatorów spotkań biznesowych i konferencji bogatą ofertą rekreacji na świeżym powietrzu i całoroczną ofertą turystyczną, a także urokliwym położeniem wśród lasów i jezior. – Przykładem miejsca, które łączy te sfery w jedną całość, jest Centrum Rekreacyjno-Sportowe „Ukiel” – mówi Krzysztof Otołiński, szef promocji w olsztyńskim ratuszu. – To idealna przestrzeń do aktywności „po godzinach”. Latem można tu szaleć na malowniczych trasach rowerowych albo popływać łodzią czy kajakiem. Zimą można wypożyczyć narty biegowe lub zagrać w siatkówkę na piasku w krytej hali- dodaje.

Promocja sektora MICE opiera się na założeniu, że podróże służbowe, czyli te, których cele są związane z pracą lub interesami zawodowymi podróżującego, mogą zaowocować późniejszym przyjazdem już strictly turystycznym.

– Dostrzegając ten fakt, przed kilku laty wpisaliśmy do strategii promocji Olsztyna wizję powstania tu silnego ośrodka turystyki biznesowej – dodaje Krzysztof Otołiński.

W informatorze znalazła się nie tylko kompletna oferta firm z sektora MICE zawierająca wykaz i opis sal konferencyjnych oraz szkoleniowych, bazy hotelowej i gastronomicznej, ale przede wszystkim propozycje dodatkowych atrakcji kulturalno-rozrywkowych.

W ciągu ostatnich pięciu lat w Olsztynie zanotowano wzrost liczby turystów o około 40%. Prestiżowy brytyjski dziennik „The Guardian” właśnie umieścił miasto wśród „Najlepszych odkryć podróżniczych 2019 roku”, gdzie znalazło się obok takich miejsc, jak np. hiszpańskie Elche, włoska Perugia czy portugalska Lizbona. Olsztyn to zarazem jedyne polskie miasto, jakie pojawiło się w zestawieniu „Guardiana”. Informator MICE w postaci elektronicznej jest dostępny na olsztyńskim portalu turystycznym: visit.olsztyn.eu.



TORUŃ – WSCHODZĄCA GWIAZDA RYNKU MICE

Przedstawiamy Państwu Toruń. Miasto posiadające wszystkie cechy, które powinny być brane pod uwagę przez specjalistów branży eventowej.

AUTOR:
materiał przygotowany przez
Wydział Promocji i Turystyki Urzędu Miasta

Toruń to miasto, do którego odległość z Warszawy, Łodzi, Poznania, Gdańska czy Olsztyna jest prawie identyczna – ok. 2 godzin pociągiem czy samochodem. To oznacza, że pole powierzchni, z której możemy pozyskiwać uczestników organizowanych przez nas eventów jest ogromne.

Bliskość autostrady A1, dróg krajowych nr 10 i 15 oraz liczba połączeń kolejowych sprawia, że podróż do Torunia jest łatwa i przyjemna. Niebagatelne znaczenie ma również fakt, że ceny w Toruniu w porównaniu z największymi miastami w Polsce są wciąż na względnie niskim poziomie.

Urok i atmosfera starówki wpisanej na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO oraz oferta spędzania wolnego czasu to kolejne argumenty, które coraz częściej przemawiają do wyobraźni organizatorów eventów. A jeśli dodać do tego szeroką gamę obiektów konferencyjnych, otrzymujemy idealny przepis na udane wydarzenie, które zapadnie uczestnikom w pamięci.

OBIEKTY KONFERENCYJNE

CKK Jordanki

To tu w listopadzie 2019 r. na najśłynniejszym polskim festiwalu filmowym na świecie (Energia Cinerimage Festival) gościły takie gwiazdy kina jak: Quentin Tarantino, Danny de Vito, Richard Gere czy Edward Norton i to nie tylko ich zasługa, że cały event wyglądał światowo.

Obiekt został zaprojektowany przez słynnego na świecie architekta, Hiszpana Fernando Menisa, sta-

jąc się architektoniczną ikoną już na etapie przedstawienia konceptu, otrzymując nagrodę dla najlepszego projektu kulturalnego przyszłości na Światowym Festiwalu Architektury (WAF) w Barcelonie w 2010 roku. Multifunkcyjność i najnowocześniejsze wyposażenie wyróżnia CKK Jordanki w skali całej Polski. Jest to z pewnością najbardziej prestiżowe miejsce w Toruniu, które zaspokoi potrzeby wszystkich tych, którzy chcą zrobić wrażenie wśród uczestników organizowanego przez siebie eventu.

jordanki.torun.pl

Centrum Targowe PARK

Choć budynek powstał w 1928 roku, jako ówczesnie największa hala wystawowa w Polsce, to wciąż, dzięki wielu modernizacjom, należy do jednych z najatrakcyjniejszych miejsc do organizacji różnego rodzaju wydarzeń w Toruniu. W dwukondygnacyjnym budynku znajduje się ponad 2000 m² powierzchni wystawowej, a w przyległym ogrodzie mamy do dyspozycji 1,75 ha powierzchni pod imprezy plenerowe.

centrumtargowepark.pl

Międzynarodowe Centrum Spotkań Młodzieży

Kompleksowa modernizacja i adaptacja przemysłowego obiektu tzw. Młynów Rychtera sprawiła, że na konferencyjnej mapie Torunia powstał obiekt, który spełni oczekiwania organizatorów eventów, którzy przy planowaniu danego wydarzenia cenią sobie przede wszystkim połączenie dobrego standardu w rozsądnej cenie. MłCSM oprócz sal konferencyjnych i restauracji, oferuje również noclegi o 3-gwiazdkowym standardzie oraz zaplecze sportowe i rekreacyjne. W bezpośrednim sąsiedztwie znajduje się również Centrum Nowoczesności „Młyn wiedzy”, które śmiało może konkurować z Centrum Nauki „Kopernik” w Warszawie.

mcsm.torun.pl

Dwór Artusa

To miejsce aż kipi historią. Znajdujący się w samym centrum toruńskiej starówki obiekt, odwiedzany był na przestrzeni dziejów przez ośmiu królów Polski, mistrzów zakonu krzyżackiego oraz carów rosyjskich. Czy może być lepsza rekomendacja dla tego miejsca? Współcześnie Dwór Artusa to siedziba miejskiej instytucji kultury, w której organizowane są koncerty, konferencje, uroczyste bale i bankiety.

artus.torun.pl

Centrum Sztuki Współczesnej „Znaki Czasu”

CSW gościło już w swoich progach takie sławy jak Bryan Adams, David Lynch czy Marina Abramovic oraz rzecz jasna ich wszystkich fanów, co może dawać wyobrażenie o przestrzeni, jaką Centrum pozostawia do dyspozycji. Leżący na obrzeżu starego miasta obiekt posiada 5 kondygnacji, na których znajduje się 4 tys. m² powierzchni wystawienniczej (służącej również jako przestrzeń konferencyjna), kino, księgarnie oraz kawiarnie. CSW udostępnia także taras widokowy na dachu, na którym niejednokrotnie organizowane były bankiety czy imprezy muzyki elektronicznej.

csw.torun.pl



Urok i atmosfera toruńskiej starówki, wpisanej na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO oraz bogata oferta spędzania wolnego czasu to kolejne argumenty, które coraz częściej przemawiają do wyobraźni organizatorów eventów.



Autor: Adrian Czarnecki

OTWÓRZ SIĘ NA LUBELSKĄ GOŚCINNOŚĆ

Lublin jest coraz częściej wybierany do organizacji ważnych i znaczących eventów, nie tylko krajowych, ale także międzynarodowych. O rozpoznawalność regionu lubelskiego wśród polskich i światowych organizatorów branży MICE rozmawiamy z Katarzyną Urban, kierownikiem Lubelskiego Convention Bureau.

ROZMAWIAŁA:
Małgorzata Kapela-Leks
redaktor prowadząca

Branża spotkań, w dzisiejszych czasach, nabiera coraz większego znaczenia. O klienta biznesowego konkurują nie tylko firmy eventowe, ale także regiony....

Zauważalny rozwój branży spotkań w Lublinie i regionie to rezultat zarówno działalności nowo powstałej infrastruktury konferencyjno-kongresowej, jak i efekt funkcjonowania Lubelskiego Convention Bureau, które jest pierwszym kontaktem w regionie dla organizatorów wydarzeń o charakterze biznesowym. Lublin i województwo, pozycjonując się wśród regionów Polski Wschodniej, wykorzystuje swoją przewagę konkurencyjną wynikającą z potencjału w zakresie inteligentnych specjalizacji, głównie biogospodarki, medycyny i IT. Nie bez znaczenia pozostaje również aktywna promocja województwa przez Lubelskie Convention Bureau podczas różnych targów i wydarzeń międzynarodowych.

Niewątpliwie, turystyka biznesowa coraz częściej odgrywa ważną rolę w życiu miasta i regionu. Jak wpływa ona na jego rozwój i rozpoznawalność?

Województwo lubelskie i Lublin stały się najprężniej rozwijającym obszarem w Polsce Wschodniej. Inwestycje w infrastrukturę drogową, komunikacyjną oraz hotelową sprawiły, że w ciągu ostatnich lat dostępność komunikacyjna regionu zdecydowanie się poprawiła. Atrakcyjność miasta zwiększa

międzynarodowy Port Lotniczy Lublin, który dzięki codziennym lotom do Warszawy otworzył region dla turystów i uczestników wydarzeń MICE. Z kolei ukończenie największych odcinków drogi ekspresowej S17 sprawiło, że szybko i wygodnie (ok. 2 godzin) można dojechać do stolicy.

Z roku na rok zaplecze konferencyjne i eventowe w Lublinie i województwie coraz intensywniej się rozwija. Powstaje wiele nowych obiektów spełniających wysokie wymagania turystów biznesowych. W 2018 roku oddano do użytku Hampton by Hilton, hotel z grupy Focus Premium, Ibis Styles. Wszystkie w/w hotele posiadają powierzchnie konferencyjne i oddalone są od centrum miasta nie więcej niż 2,5 km. Na uwagę zasługują również Hotel InBetween, Hotel Luxor & Atelia Banquet & Catering Centre oraz Hotel Korona, które położone są nieco dalej od centrum.

W samym Lublinie przybywa obiektów nastawionych na organizację konferencji i spotkań biznesowych. Potwierdzeniem tego są, chociażby ogłoszone inwestycje hotelowe m.in. hotel Moxi sieci Marriott International (do 2022 roku), czy też czterogwiazdkowy hotel w zabytkowym młynie Krauzego (do 2021).

Co wyróżnia Lublin i region na tle innych polskich destynacji?

Jedną z zalet regionu lubelskiego jest fakt, że posiada wiele obiektów unikatowych, które są szczególnie modne i popularne wśród organizatorów wydarzeń. Unigue Venues, w tym Lubelskie Centrum Konferen-

cyjne czy Centrum Spotkania Kultur, a także obiekty na terenie województwa lubelskiego, jak Zamek Biskupi w Janowie Podlaskim czy Muzeum Nadwiślańskie w Janowcu. Są to miejsca, w których możemy nie tylko zorganizować wydarzenie, ale także doświadczyć i poznać otoczenie i kulturę czy zasmakować lokalnej kuchni.

Lublin to również miasto o bogatej ofercie kulinarnej i kulturalnej, o czym może świadczyć oficjalne hasło Miasto Inspiracji. Lubelskie to także znane wydarzenia kulturalne, które mają rangę ogólnopolską, np. Noc Kultury, Karnawał Sztukmistrzów czy Jarmark Jagielloński.

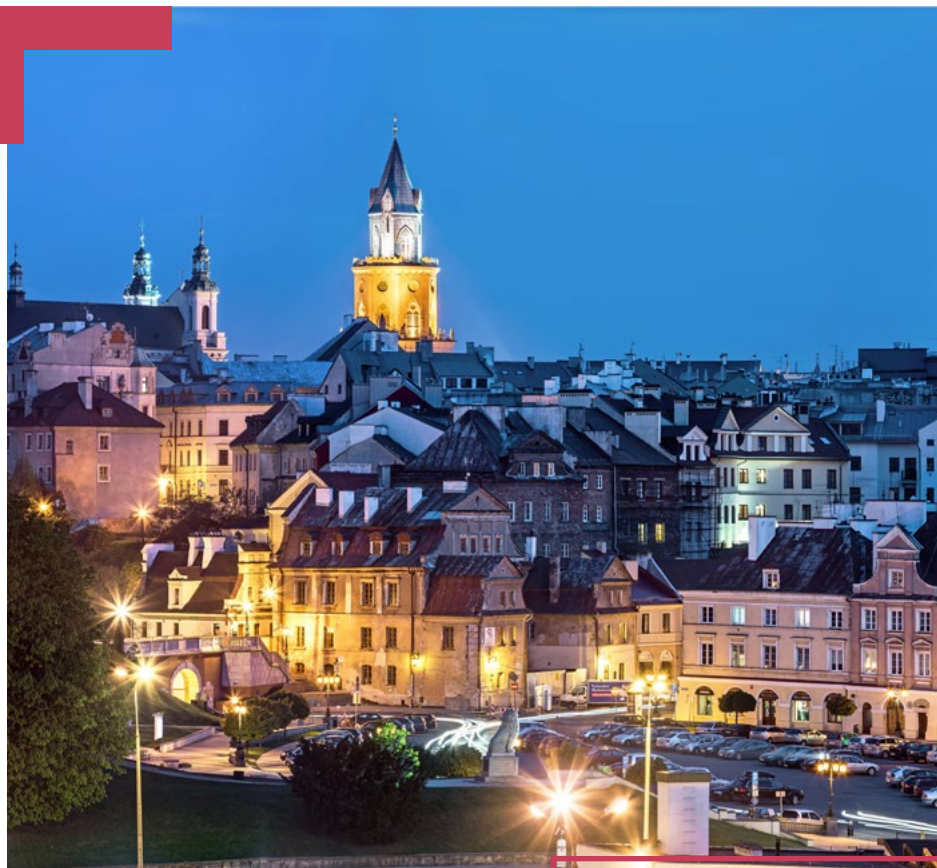
Przybywając na Lubelszczyznę, na liście „must see” nie może zabraknąć takich miejsc jak: Stare Miasto w Lublinie wraz z Muzeum na Zamku, Muzeum Wsi Lubelskiej, Rostoczański Park Narodowy oraz Zamojski Zespół Staromiejski – oba wpisane na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO czy też klimatyczny Kazimierz Dolny z Zamkiem w Janowcu.



Zespół Lubelskiego Convention Bureau
(od lewej):

**Karolina Załoga, Katarzyna Urban,
Joanna Dera**

Lublin, postrzegany jako regionalny ośrodek akademicki, gospodarczy i kulturalny, jest coraz częściej wybierany do organizacji ważnych i znaczących eventów, nie tylko krajowych, ale także międzynarodowych.


www.lubconvention.pl

Potencjał tkwiący w segmencie MICE jest ogromny. W jaki sposób województwo lubelskie go wykorzystuje?

Lublin, postrzegany jako regionalny ośrodek akademicki, gospodarczy i kulturalny, jest coraz częściej wybierany do organizacji ważnych i znaczących eventów, nie tylko krajowych, ale także międzynarodowych. Duże znaczenie w podjęciu decyzji o ulokowaniu wydarzenia w Lublinie ma świadomość decydentów eventu o destynacji. Marka Lubelskie mocno zaznaczyła się już na mapie turystyki biznesowej, co można zaobserwować w liczbie wydarzeń zorganizowanych dotychczas w samym LCK – Lubelskie Centrum Konferencyjne w Lublinie. Konferencje, spotkania biznesowe czy warsztaty branżowe to tylko część spośród wielu eventów odbywających się w Lublinie i regionie.

Województwo lubelskie w ciągu ostatnich lat przeżywa okres silnego rozwoju branży spotkań.

Event jest ważnym elementem komunikacji, niezależnie do jakiej grupy jest kierowany. Jakiego typu spotkania najczęściej organizuje miasto/województwo?

W 2018 roku zorganizowano ponad 2 400 wydarzeń w samym Lublinie, w których uczestniczyło ponad 450 tysięcy osób. Z czego w samym Lubelskiego Centrum Konferencyjnego w Lublinie (LCK) odbyło się ponad 146 wydarzeń, w których udział wzięło ok. 23 035 uczestników z całego świata. Były to wydarzenia o charakterze gospodarczym (IT, innowacje, mobilność), ekonomicznym i naukowym (głównie kongresy stowarzyszeń i towarzystw medycznych). Wśród najciekawszych warto wymienić: Zjazd Na-

ukowy Polskiego Towarzystwa Flebologicznego, Kongres nowości w okulistyce – Update in Ophthalmology, Międzynarodowe Sympozjum Chromatografii Związków Naturalnych czy Eastern Europe Medical Tourism Summit 2018. Nie brakowało też wydarzeń gospodarczych, w tym m.in. Konferencji Forsight Lublin 2050, trzech edycji Kongresu Inicjatyw Europy Wschodniej czy Kongresu Nowej Mobilności.

Wspieranie i zarządzanie branżą MICE zazwyczaj powierza się specjalnie do tego powołanym instytucjom – Convention Bureaux. Jakie są Państwa główne cele i obszary działalności?

Lubelskie Convention Bureau (LCB) zapewnia kompleksowe wsparcie podmiotom i osobom, które planują organizację konferencji, targów, wizyt czy szkoleń na Lubelszczyźnie. Pełni ono również rolę platformy integrującej środowiska samorządowe, akademickie i przedsiębiorców, tak aby poprzez wspólne działania region lubelski zyskiwał coraz większą rozpoznawalność i umacniał pozycję atrakcyjnego gospodarza spotkań. Praktyczne wsparcie organizatorów spotkań obejmuje wszystkie etapy pozyskiwania wydarzenia od prezentacji zaplecza konferencyjnego, poprzez rekomendacje dotyczące możliwości organizacji wydarzeń, po wstępne kontakty z potencjalnymi wykonawcami. Zakres i forma zależy od charakteru przedsięwzięcia i potrzeb uczestników.

Jaką rolę, oprócz wspierania organizatorów eventów, odgrywa Lubelskie Convention Bureaux, w procesie pozyskiwania wydarzeń biznesowych?

Bierzemy udział w branżowych wydarzeniach krajowych. Organizujemy wizyty studyjne, w których do tej pory wzięło udział ponad 100 przedstawicieli branży MICE z Polski. Aktywnie promujemy lubelskie także na arenie międzynarodowej. W ostatnim roku odbyliśmy ponad 200 rozmów B2B z hosted buyersami z całego świata. Reprezentujemy region w wydarzeniach tj. IBTM Barcelona, IMEX Frankfurt, CONVENTA, CONVENTE, Europe Congress i inne. W planach mamy również zorganizowanie kilku fam tripów dla organizatorów wydarzeń zza granicy. Reprezentujemy również region w międzynarodowym stowarzyszeniu ICCA (International Congress and Convention Association) oraz bierzemy udział w ich dorocznych konferencjach i kongresach.

GDYNIA- EVENTY Z MORZEM W TLE

Wybór Gdyni, jako miejsca do organizacji konferencji, kongresów, biznesowych spotkań, nietuzinkowych eventów, ekscytujących koncertów i pasjonujących wydarzeń gwarantuje powodzenie przedsięwzięcia, zadowolenie uczestników i satysfakcję organizatorów. Dlaczego? Ponieważ Gdynia ma wszystkie niezbędne atuty do realizacji dużych i mniejszych, ale zawsze ciekawych i wyjątkowych projektów.

AUTOR:

Katarzyna Mysiak

Referat Promocji i PR Urzędu Miasta Gdyni

Potwierdzeniem tej opinii są organizowane od wielu lat międzynarodowe wydarzenia kulturalne i sportowe, a wśród nich takie jak: Opener'er Festival, Festiwal Kultur Świata GLOBALTICA, Ladies' Jazz Festival, Festiwal Polskich Filmów Fabularnych (FPFF), Gdynia Design Days, Volvo Gdynia Sailing Days, Enea IRONMAN 70.3 Gdynia. Te spektakularne gdyńskie imprezy gromadzą rok w rok ponad dwieście tysięcy uczestników.

Odbывая się we wrześniu każdego roku FPFF to powód, dla którego Gdynia nosi dumny tytuł stolicy polskiego kina. Festiwałem żyje i jest w niego zaangażowane całe miasto. Mieszkańcy dają dowody serdeczności jego uczestnikom, a gdyńska branża turystyczna ciężko pracuje, by ugościć w tym szczególnym czasie wybitnych twórców polskiego kina. Wyjątkową atmosferę FPFF tworzą obiekty, które w tym czasie są przeznaczone w całości do obsługi wydarzeń festiwalowych. Wszystkie położone są w samym centrum miasta i sąsiadują z klimatyczną miejską plażą. Festiwalowe miasto tworzą: Teatr Muzyczny, z salą kinową na ponad 1000 osób, która w tym czasie dumnie dzierży palmę pierwszeństwa wśród sal kinowych w Polsce, oraz hotele równie mocno pochłonięte przygotowywaniem święta kina. Nie ustępują im restauracje, zaabsorbowane reżyserowaniem bankietów i gali. Serce Festiwalu bije przez 24h w hotelu Mercure Gdynia, a jego „sztab” mieści się w Gdyńskim Centrum Filmowym.

Gdynia posiada perfekcyjnie zorganizowane zaplecze eventowe. Gdyńskie obiekty hotelowe dysponują łącznie ponad 50 salami konferencyjnymi i oferują najwyższy, szeroki i różnorodny zakres usług, skierowany do przemysłu spotkań. Warto przy tej okazji wspomnieć o kilku godnych uwagi obiektach, które są ważnymi punktami na eventowej gdyńskiej mapie. Położony w zabytkowym parku, w Orłowie 5. gwiazdkowy hotel Quadrille jest idealnym miejscem na ekskluzywne spotkania biznesowe. Jego wnętrza są oryginalnym połączeniem nowoczesnego designu i powiewu historii, a wypoczynek w holistycznym SPA oraz kulinarne doświadczenia w Restauracji Biały Królik niezwykłym doznaniem.

Urzekający i inspirujący widok na Zatokę Gdańską i Marinę Gdynia towarzyszy konferencjom w hotelu Courtyard by Marriott Gdynia Waterfront. Obiekt, oprócz 200 nowoczesnie wyposażonych pokoi hotelowych zaprasza do centrum konferencyjnego mogącego pomieścić około 1000 osób.

Kolejnym godnym uwagi obiektem jest komfortowy hotel Nadmorski i jego niepowtarzalne położenie tuż obok plaży i nadmorskiego bulwaru. Atuty konferencyjnego centrum w tym obiekcie to doskonale wyposażone sale konferencyjne, mieszczące do 400 osób. W prestiżowej lokalizacji, w samym sercu nowoczesnego miasta i zaledwie 100 metrów od plaży znajduje się Mercure Gdynia Centrum, hotel dysponujący łącznie 10 salami konferencyjnymi dla 1200 osób.

Dopełnieniem gdyńskich przestrzeni konferencyjnych są sale, z przeznaczeniem na spotkania bizne-

sowe w hotelach: Różany Gaj i Antares. Oferują one przytulną atmosferę hoteli butikowych oraz usługi spa i wellness tzn. basen, sauny, sale fitness, idealnie wpasowujące się w oczekiwania wymagających gości i uczestników turystyki biznesowej.

Rozwijający się przemysł spotkań potrzebuje wielofunkcyjnych przestrzeni, w których można zorganizować kongresy, targi branżowe, wydarzenia sportowe, eventy, z towarzyszącymi im przedstawieniami teatralnymi, koncertami czy galami. Korzystne położenie, z dogodnym dojazdem międzymiastową linią SKM oraz regionalną PKM, posiada największa w Gdyni hala widowiskowo-sportowa Gdynia Arena, mogąca gościć wydarzenia do 5 tysięcy widzów.

Funkcjonalnym i równie imponującym kompleksem jest Centrum Konferencyjne Pomorskiego Parku Naukowo-Technologicznego, przystosowane do organizacji kongresów, konferencji, warsztatów, szkoleń i wystaw w 35 salach (1300 miejsc siedzących), wyposażonych w najnowocześniejszą infrastrukturę kongresową.



IRONMAN 70.3 Gdynia, fot. gdyniasport.pl

Gdynia posiada perfekcyjnie zorganizowane zaplecze eventowe. Gdyńskie obiekty hotelowe dysponują łącznie ponad 50 salami konferencyjnymi i oferują najwyższy, szeroki i różnorodny zakres usług, skierowany do przemysłu spotkań.



„Wspólna Kaczka”, największe spotkanie biznesu morskiego, Gdynia Arena, fot. gdynia.pl

www.gdynia.pl

Gdyńską ofertę przeznaczoną dla przemysłu spotkań, uzupełniają wnętrza teatrów i muzeów. Szczególne walory ma Muzeum Emigracji, zlokalizowane w przedwojennym budynku Dworca Morskiego i Gdyńskie Centrum Kultury, z własną sceną teatralną, które mieści się w budynku Konsulatu Kultury. Każdy z obiektów posiada parking i zaplecze, odpowiadające wymaganiom kreatywnych organizatorów.

Gdynia wyrosła z portu i dziś te tereny to ciekawa, otwarta dla wszystkich industrialna przestrzeń. Latem port odwiedzają eleganckie, wielkie wybieżkowce, cumujące przy Nabrzeżu Francuskim tworząc tło do najpiękniejszych, promocyjnych

gdyńskich zdjęć i barwnych, dynamicznych ujęć dla turystów i profesjonalnych fotografów.

Jeżeli jednak oczekiwaniem klienta MICE jest wydarzenie w plenerze, to taką scenę zapewnia między innymi szeroka orłowska plaża, a także molo w Orłowie, z majestatycznym klifem w tle. W tym naturalnym i romantycznym entourage'u realizowane są przedstawienia teatralne Sceny Letniej Teatru Miejskiego w Gdyni oraz pozostające długo w pamięci śluby, czy zaręczyny.

Morski brzeg budzi wiele emocji i jest idealnym miejscem do firmowych eventów, biznesowych spotkań, networkingowych kontaktów i relaksu po konferen-

cyjnych debatach. Gdyńscy organizatorzy polecają też mocniejsze wrażenia, których z pewnością dostarczają morskie rejsy szybkimi łodziami motorowymi typu „RIB” oraz rejsy luksusowymi jachtami. Te atrakcje rekomendują firmy zlokalizowane w Marinie Gdynia.

Nadmorskie, kompaktowe miasto Gdynia daje bardzo dużo organizacyjnych możliwości przemysłowi spotkań, opartemu na emocjach. Gości, odwiedzających Gdynię, zachwycają jej mieszkańcy, dumni ze swojego miasta z „morza i marzeń”. Potwierdzeniem tego faktu jest otrzymanie w 2019 roku nagrody, w prestiżowym rankingu miast LivCom Awards. Gdynia, jako jedyne miasto w Polsce, w kategorii od 150 tys. do 400 tys., zajęła trzecie miejsce.

WROCŁAW – MIASTO SPOTKAŃ

Wrocław jest stale rozwijającym się i prężnie działającym ośrodkiem turystyki biznesowej. Świadczą o tym zarówno plany inwestycyjne firm działających w sektorze branży MICE dotyczące nowych obiektów w mieście, jak i modernizacje już istniejących miejsc.

AUTOR:

Agnieszka Szymerowska

prezes zarządu Convention Bureau - Wrocław

Wrocław to miejsce, gdzie historia łączy się z nowoczesnością. Stolica Dolnego Śląska posiada ponad 60 kategorizowanych obiektów hotelowych, to także mnogość obiektów konferencyjno-kongresowych, historycznych i liczne atrakcje turystyczne. Warto wspomnieć o zakończonej niedawno modernizacji Hali Stulecia, przeszło 100-letniego budynku wpisanego na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO. Zmiany jej wnętrza miały na celu uatrakcyjnienie i sfunkcjonalizowanie oferty obiektu i odpowiadają one na współczesne potrzeby organizatorów wydarzeń. Obiektowi UNESCO towarzyszy także Centrum Kongresowe, jak i rozległe tereny zielone na czele z fontanną multimedialną.

Atutem Wrocławia jest także rozwijająca się siatka połączeń lotniczych, co stanowi o dostępności destynacji. Na wrocławskim lotnisku operują przewoźnicy niskobudżetowi, ale również narodowe linie lotnicze, dzięki czemu siatka połączeń jest jeszcze bardziej atrakcyjna. Bezpośrednio w ciągu kilku godzin można dotrzeć do Paryża, Amsterdamu czy Kopenhagi. Dzięki autostradzie A4 i drodze ekspresowej S8 można także z łatwością dotrzeć do Wrocławia.

Ponadto odwiedzający Wrocław w celach biznesowych, prócz oferty konferencyjno-kongresowej mogą skorzystać z atrakcji turystycznych, które można zobaczyć tylko we Wrocławiu. Często łączą one w sobie także obie funkcje – eventową oraz turystyczną. Wśród nich można wymienić Afrykarium, które jest częścią wrocławskiego ogrodu zoologicznego. Znajduje się w czołówce miejsc wartych odwiedzenia i jest jedynym takim miejscem w Europie, które prezentuje faunę i florę Afryki. Organizatorów wydarzeń z pewnością zainteresuje fakt, iż w kompleksie są także sale konferencyjne, a kolacja w tunelu zachwyci każdego. Centrum wiedzy o wodzie – Hydropolis to miejsce, gdzie w bardzo przystępny, multimedialny sposób można zgłębić tajniki dotyczące wodnego świata. Jeśli szukasz miejsca na zorganizowanie niebanalnego bankietu, to warto przyjrzeć się właśnie Hydropolis. Od strony Odry, podczas rejsu, można również podziwiać wiele charakterystycznych dla Wrocławia miejsc takich jak Ostrów Tumski czy budynek Uniwersytetu Wrocławskiego. Sercem miasta jest historyczny Rynek z Ratuszem. Oprócz tego podczas eksplorowania różnych zakątków miasta można spotkać wielu małych towarzyszy, którzy stali się już symbolem Wrocławia. Mowa tu oczywiście o wrocławskich krasnalach! Wrocław posiada także infrastrukturę pozwalającą zapewnić wiele sportowych aktywności, także tych

ekstremalnych. Tutaj warto wspomnieć o Stadionie Wrocław, miejscu wielofunkcyjnym, posiadającym centrum konferencyjno-eventowe, a dla poszukiwaczy mocnych wrażeń polecamy skok z 40 metrów. Zainteresowany? Zarówno te, jak i wiele innych wrocławskich atrakcji przyciąga organizatorów wydarzeń mogących zaproponować swoim klientom wiele ciekawych aktywności. Wrocław wyróżnia również bogata oferta gastronomiczna. Tutaj każdy smakosz znajdzie coś dla siebie, a kuchnia polska dostępna jest w różnych odmianach – zarówno tych tradycyjnych, jak i nowoczesnych. Nie brakuje też smaków z różnych zakątków świata, jak również łatwo znaleźć miejsca, które korzystają z lokalnych produktów. Czy już wiesz, dlaczego swoje następne spotkanie zorganizujesz we Wrocławiu?



Agnieszka Szymerowska

Odwiedzający Wrocław w celach biznesowych, prócz oferty konferencyjno-kongresowej skorzystają z atrakcji turystycznych, które można zobaczyć tylko we Wrocławiu.

www.convention.wroclaw.pl



ZRZESZENI – ORGANIZACJE BRANŻOWE

Stowarzyszenia branżowe wyznaczają standardy na rynku spotkań i działają na rzecz popularyzacji i profesjonalizacji rynku wydarzeń. Ich celem jest integracja, wymiana doświadczeń i edukacja, ale także reprezentacja interesów branży w kontaktach z administracją publiczną oraz na rynkach międzynarodowych. Sprawdziliśmy, gdzie zrzesza się branża eventowa.

EVENTY I KONGRESY AKTUALNE TRENDY

Obserwując globalny rynek eventów i kongresów zauważamy zbliżenie tych dwóch światów, przenikających się wzajemnie na poziomie kreacji, komunikacji oraz formy. Kongresy, konferencje i eventy to już nie tylko silne narzędzie budowania marki, ale także idei, wartości, a przede wszystkim relacji.

AUTOR:

Krzysztof Paradowski

członek zarządu Stowarzyszenia
Konferencje i Kongresy w Polsce



Kluczowym elementem dla całego sektora MICE staje się zaangażowanie uczestnika, umiejętność zafascynowania go zaprojektowanym światem i misją wydarzenia. W tym celu sięgamy do interdyscyplinarnych źródeł inspiracji, wykraczających poza eventowy świat, w szczególności do sztuki, kultury, psychologii, ale także różnorodnych form komunikacji offline i online.

Kluczowym elementem dla całego sektora MICE staje się zaangażowanie uczestnika, umiejętność zafascynowania go zaprojektowanym światem i misją wydarzenia. W tym celu sięgamy do interdyscyplinarnych źródeł inspiracji, wykraczających poza eventowy świat, w szczególności do sztuki, kultury, psychologii, ale także różnorodnych form komunikacji offline i online. Aktualne eventy poza merytorycznym programem starają się wyróżnić, zainteresować i zainspirować w indywidualny i unikalny sposób, budując zaangażowaną publiczność, czego doskonałym przykładem są paryski „Hello Tomorrow” i krakowski „Open Eyes Economy Summit”.

W kolejnych latach „millenialsi” będą stanowili najliczniejszą grupę podróżujących w celach biznesowych. Nowe pokolenie jest w pełni przyzwyczajone do technologii i świadome digitalowego świata. Najmłodsi z pokolenia „Z”, zanurzeni w świecie Internetu nie wyobrażają sobie życia bez mobilnych technologii. To zaś wymusza na organizatorach konferencji konieczność tworzenia interaktywnych, dopasowanych sposobów dotarcia do młodego uczestnika.

Konferencyjne sceny, multimedia czy technologie takie jak AR i VR są projektowane również kreatywnie,

nie, jak rozwiązania eventowe i marketingowe. Emotion design oraz zjawisko festiwalizacji przenikają się z trendami ekologicznymi takimi jak reuse czy recycle. Planistów interesuje umiejętność tworzenia przestrzeni przyjaznej do efektywnego networkingu oraz kreatywnych form interakcji uczestnik-uczestnik przy wykorzystaniu warsztatów czy integracji przez zabawę i rozrywkę. W tej materii świetnie odnajdują się komercyjni partnerzy wydarzeń, którzy coraz częściej budują dedykowane strefy aktywności, wzbogacając program i przeżycia uczestników. Technologia na stałe obecna jest już w procesie rejestracji i komunikacji z użytkownikiem w postaci zintegrowanych systemów takich jak polskie platformy Eventory czy Conregio. Ich podstawowe funkcjonalności uzupełnione są możliwością zakupu dodatkowych usług, czy integracją z social mediami.

Powyższe zjawiska stają się matrycą mierzalnych danych, które poddane właściwej analizie mogą potwierdzać szczególną efektywność wydarzeń, jako skutecznego narzędzia marketingowego.

SKKP

STOWARZYSZENIE
KONFERENCJE I KONGRESY
W POLSCE

PARTNERSTWO DLA SUKCESU



www.skkp.org.pl



Monika Dymacz-Kaczmarczyk,
prezes Międzynarodowego Stowarzyszenia
Organizatorów Spotkań MPI Poland Chapter

PODSUMOWANIA

Spośród najważniejszych wydarzeń zrealizowanych w 2019 roku przez MPI Poland Chapter należy zwrócić uwagę przede wszystkim na szkolenia organizowane w ramach cyklu Meeting Professional Excellence Classes. W ubiegłym roku zrealizowano 7 warsztatów w różnych miastach Polski, poruszających tematykę: wystąpień publicznych, specyfiki pracy kobiet w branży eventowej, lekcji wyciąganych z porażek i błędów, komunikacji i emocji w pracy meeting planner'a, storytellingu oraz zarządzania przez spotkania. Stowarzyszenie aktywnie wspierało największe branżowe imprezy, takie jak: Meetings Week Poland, Forum Obiektów, Future Leaders Forum IMEX-MPI-MCI, Arłamów Biznes Challenge czy Event Biznes. Jak co roku członkowie MPI Poland Chapter uczestniczyli również w gościnnych wykładach na zaprzyjaźnionych uczelniach, przekazując wiedzę o możliwościach wynikających z członkostwa w MPI studentom kierunków związanych z branżą MICE. Udało się także kontynuować tradycję wspierania akcji charytatywnych, m.in. Elfy SBE czy zakup drzewa w ramach inicjatywy MPI European Advisory Council „Plant a tree. Grow MPI Foundation”. Przedstawiciele polskiego oddziału MPI uczestniczyli też w międzynarodowych wydarzeniach: EMEC 2019 w Hadze oraz WEC 2019 w Toronto.

PROGNOZY

Kontynuacja warsztatów MPEC w formie stacjonarnej oraz online, z podobną częstotliwością jak w 2019 roku, udział w konferencjach globalnych EMEC oraz WEC. Jak zwykle nie zabraknie wykładów na uczelniach, wsparcia w akcjach charytatywnych oraz różnego rodzaju partnerstw przy organizacji wydarzeń branżowych.



Międzynarodowe Stowarzyszenie Organizatorów Spotkań MPI Poland Chapter



liczba członków

48



rok założenia

**1972 USA
2009 Polska**

www.mpi.org/chapters/poland



Paula Fanderowska,
prezes Stowarzyszenia Konferencje i Kongresy w Polsce

PODSUMOWANIA

Rok 2019 zamknęliśmy z bardzo pozytywnym bilansem. Przyniósł zmiany w Stowarzyszeniu, a symbolizuje je odświeżona identyfikacja wizualna. Możemy się pochwalić nowymi projektami. Uruchomiliśmy Akademię SKKP czyli szkolenia skierowane do organizatorów kongresów i konferencji oraz obiektów. Z kolei „Okiem Eksperta SKKP” jest cyklem artykułów, które publikowane są w nowej rubryce MeetingPlannera. W nich branżową wiedzę i doświadczeniem dzielą się eksperci z zarządu SKKP. Z myślą o edukowaniu i inspirowaniu przyszłych kadr branży ogłosiliśmy konkurs na najlepszą pracę magisterską lub licencjacką w obszarze turystyki biznesowej - Przemysł Spotkań na 5. Kamieniem milowym w rozwijaniu wspólnie z POT Programie Ambasadorów Kongresów Polskich było ogłoszenie 4 porozumień na prowadzenie lokalnych klubów Ambasadora. Wśród miast, które podjęły się sformalizowania współpracy w prowadzeniu takich klubów znalazły się: Warszawa, Kraków, Poznań i Wrocław.

PROGNOZY

Z optymizmem patrzyliśmy na rok 2020 tymczasem rzeczywistość zaskoczyła wszystkich, kiedy epidemia wirusa SARS-CoV-2 zatrzymała działalność całej branży MICE. Po kilku miesiącach lockdownu i powrocie do realizacji wydarzeń znów sięgamy w przyszłość wierząc w możliwości, chociaż powolny, powrót do organizacji kongresów i konferencji, do status quo sprzed pandemii. Światowe trendy, które globalnie zmieniają sposób myślenia o konferencjach i kongresach, docierają również do nas. Wydarzenia będą w znacznej części hybrydowe, przenosząc się równolegle do online, mniejsze i bardziej regionalne. Będą coraz bardziej zrównoważone i otwarte w duchu zrównoważonego rozwoju. Polski rynek MICE, który stawia czoła kryzysowi, będzie jeszcze dojrzalszy, a branża, która aktualnie jest w procesie zwinnego dostosowywania się do rzeczywistości, coraz szybciej i sprawniej będzie implementowała światowe dobre praktyki. Potrzebujemy czasu, by odbudować polski rynek spotkań i powrócić do dobrych czasów.

SKKP

STOWARZYSZENIE
KONFERENCJE I KONGRESY
W POLSCE

Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce



liczba członków

58



rok założenia

1998

www.skkp.org.pl
www.ambasadorkongresow.pl
www.meetinpoland.pl



Olga Krzemińska - Zasadzka,
prezes Stowarzyszenia Organizatorów Incentive Travel

PODSUMOWANIA

Rok 2019 był dla SOIT czasem podsumowań, intensywnych działań i wyjątkowych wydarzeń z okazji Jubileuszu 10-lecia działalności. SOIT opublikował wyniki Barometru SOIT - pierwszego badania rynku incentive w Polsce, współkoordynował Meetings Week Poland 2019, zorganizował pierwsze wydarzenie integracyjne dla właścicieli i pracowników agencji członkowskich – „SOIT na Fali” oraz zainicjował cykl spotkań „SOIT Talks”, które stanowią platformę wymiany wiedzy i doświadczeń dla właścicieli agencji incentive. Finałowym wydarzeniem roku była prestiżowa Gala Columbus Day, podczas której świętowano Jubileusz 10-lecia SOIT. W trakcie Gali odbyła się tradycyjna aukcja pamiątek podróżniczych, która zakończyła się rekordowym wynikiem. Zebrano kwotę 73 494 zł dla podopiecznych Fundacji Joanny Radziwiłł Opiekuńcze Skrzydła. We wszystkich edycjach aukcji zebrano już blisko 188 tysięcy złotych.

PROGNOZY

W 2020 roku SOIT skoncentrował się działaniach kryzysowych i inicjatywach, które wspierały członków i branżę w czasie pandemii. Stowarzyszenie brało aktywny udział w działaniach platformy komunikacji #TUgether oraz w pracach sztabu kryzysowego przy Ministerstwie Rozwoju. SOIT przystąpił do organizacji Pracodawcy RP, która uczestniczy w pracach Rady Dialogu Społecznego oraz jest głosem doradczym w procesach legislacyjnych. SOIT został także członkiem Rady Przedsiębiorczości przy Rzeczniku Małych i Średnich Przedsiębiorców i pracuje w Zespole Roboczym ds. Turystyki, Przemysłu Spotkań i Czasu Wolnego. SOIT współtworzył Radę Przemysłu Spotkań i Wydarzeń, która powstała w lipcu br. i zrzesza 18 organizacji branżowych. W najbliższych miesiącach SOIT będzie podejmować kolejne działania na rzecz wsparcia firm w kryzysie, działania komunikacyjne i informacyjne na rzecz odbudowy popytu w przemyśle spotkań oraz stworzenia dialogu z rządem w sprawie odbudowy naszego przemysłu.

SOIT STOWARZYSZENIE
ORGANIZATORÓW
INCENTIVE TRAVEL

Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel



liczba członków

29



rok założenia

2009

www.soit.net.pl



Marta Chmielewska,
prezes Stowarzyszenia Branży Eventowej

PODSUMOWANIA

2019 rok był dla Stowarzyszenia Branży Eventowej bardzo dobrym czasem. Wprowadzono wiele zmian, m.in. identyfikacji wizualnej. Do grona członków dołączyli nowi, z końcem roku organizacja skupiła w swoich szeregach 50 firm członkowskich (11 agencji, 10 lokalizacji, 24 dostawców, 5 członków indywidualnych). Nastąpił silny rozwój aktywności wśród członków z południa Polski i okręgu dolnośląskiego. SBE jest partnerem merytorycznym wydarzeń branżowych i mocną marką tak w Polsce, jak i na arenie międzynarodowej (dzięki dynamicznemu w 2019 r. rozwojowi współpracy globalnej). Powstał nowy zespół Rady Etyki, który rozpoczął prace nad Kodeksem Etyki 2020. Studium Event Managementu stale się rozwija, a rok akademicki 2019/2020 przyniósł rekordową liczbę 70 studentów. Transformację przeszła także Konferencja Event Biznes, goszcząca ekspertów z Polski i reprezentantów 14 europejskich krajów.

PROGNOZY

Rok 2020 (jubileuszu SBE) postawił przed SBE wiele wyzwań, wywołanych skutkami pandemii. Stowarzyszenie prowadzi szereg działań na rzecz branży eventowej, zachowania miejsc pracy itp. Ekstremalnie trudna sytuacja wymaga różnorodnych, szybkich i zdecydowanych kroków. Dlatego SBE reprezentuje branżę, jest partnerem konsultacji na szczeblu lokalnym, jak i ogólnopolskim, rządowym.

W tworzeniu i negocjowaniu rozwiązań pomocowych pomagają SBE m.in.: powołanie Platformy Doradztwa Branżowego (praktyczne porady ekspertów dla eventowców), uruchomienie projektu „Polska! Krajem Bezpiecznych Eventów”.

Do tego należy dodać członkostwo SBE w Radzie Przemysłu Spotkań i Wydarzeń TUgether, gdzie wszyscy uczestnicy rynku eventowego, MICE w Polsce działają razem na rzecz ratowania setek tysięcy miejsc pracy osób, które tworzą wydarzenia w naszym kraju.



Stowarzyszenie Branży Eventowej



liczba członków

30*

*spadek spowodowany pandemią



rok założenia

2010

10-lecie SBE

www.sbe.org.pl



Bożena Szkol,
prezes Stowarzyszenia Hotele Historyczne w Polsce

PODSUMOWANIA

W ubiegłym roku Stowarzyszenie podpisało porozumienie o współpracy z Polską Organizacją Turystyczną, która będzie promować obiekty historyczne na wystawach, targach i konferencjach w kraju i za granicą oraz wspierać działania SHH. Ponadto nasze Stowarzyszenie przystąpiło do Heritage Hotels of Europe (znalazło się w gronie najbardziej prestiżowych hoteli zabytkowych w Europie), a przynależność ta ma na celu wspólną promocję w Europie i w na całym świecie, partnerstwo w wielu wspólnych projektach oraz obecność w mediach, targach, konferencjach. Wspieramy i jesteśmy zaangażowani we wszelkie działania dotyczące ochrony środowiska, m.in. korzystamy wyłącznie z dostawców wody mineralnej i piwa w zwrotnych opakowaniach, wprowadzamy projekty w zakresie fotowoltaiki oraz innych energooszczędnych rozwiązań, spełniających normy UE, propagujemy i polecamy wzajemnie najlepsze, hydroponiczne oczyszczalnie ścieków i przeprowadzamy akcje oszczędzania wody w naszych hotelach.

PROGNOZY

Nasze plany na przyszłość związane są z przyjmowaniem do Stowarzyszenia ciekawych hoteli historycznych i tym samym powiększanie wspólnej bazy noclegowej na skalę, jakiej w Polsce nie zbudowała żadna formacja. Mamy na celu rozwój wszystkich tych działań, które ułatwią i obniżą koszty prowadzenia obiektów. Kluczowym elementem będzie wynegocjowanie umowy z dostawcami na bardzo dobrych warunkach, pracujemy również nad przygotowaniem platformy dostawców produktów i usług hotelarsko-gastronomicznych.

W ramach Akademii Inspiracji Makro planujemy szereg szkoleń, na których szefowie naszych restauracji hotelowych odtworzą receptury i przepisy ze starych książek kucharskich z pałacowej biblioteki wilanowskiej.



Stowarzyszenie Hotele Historyczne w Polsce



liczba członków

75

65 obiektów



rok założenia

2008

www.hhpolska.com

DZIEJE SIĘ – WYDARZENIA BRANŻY



Wydarzenia branżowe, często cykliczne i z wieloletnią historią to stały element kalendarza przemysłu spotkań. Sprawdziliśmy, co działo się w ostatnich miesiącach. Prezentujemy najważniejsze wydarzenia branży eventowej w Polsce.

FBE
EVENT
MARKETING



FORUM BRANŻY EVENTOWEJ

Forum Branży Eventowej jest corocznym i największym spotkaniem profesjonalistów związanych z event marketingiem w Polsce. Program merytoryczny oparty na praktycznych potrzebach event menedżerów oraz na najnowszych trendach. Misją FBE jest pokazywanie eventu jako spójnego elementu komunikacji z klientami, pracownikami i innymi uczestnikami otoczenia przedsiębiorstwa. Wydarzenie skierowane jest dla organizatorów eventów, w tym agencji eventowych, PR i reklamowych, wedding plannerów oraz klientów końcowych. Edycja 2000 roku zgromadziła 2 236 uczestników. Kolejna 6. zaplanowana jest na 30 marca 2021 roku w Warszawie. Organizatorem wydarzenia jest Evential Sp. z o.o.

www.forumbranzyeventowej.pl

MP
power awards



MP POWER NIGHT – FINAŁ KONKURSU MP POWER AWARDS®

www.mppowerawards.pl

Podczas MP Power Night – finału MP Power Awards® 2019 zostali ogłoszeni laureaci – osobistości branży, nagrodzone projekty, eventowe obiekty i produkty roku oraz po raz pierwszy agencja roku. Gala, która z powodu pandemii nie mogła odbyć się w kwietniowym terminie, została zrealizowana online w przestrzeniach trzech studiów – Brill AV Media i Studia Bank w Warszawie oraz CMA zlokalizowanego w ICE Kraków. Nominowani i jurorzy oraz publiczność mogli uczestniczyć w wydarzeniu w przygotowanych na ten wieczór pokojach społecznościowych lub oglądając transmisję. Podczas wydarzenia jego realizatorzy wykonali kilkadziesiąt połączeń między studiami oraz niemal 50 połączeń z laureatami. Statystyki mówią o ponad dwóch tysiącach oglądających.



HOTEL MEETING – KONFERENCJA WSZYSTKICH HOTELARZY

www.hotele.bsdpoland.pl

Hotel Meeting to wyjątkowa konferencja przygotowywana przez hotelarzy dla hotelarzy. Organizatorem wydarzenia jest Business Speed Dating Poland. Rada programowa składająca się z dyrektorów hoteli, ustala tematykę każdego wydarzenia, a program zawsze składa się z kilkunastu prezentacji i warsztatów oraz kilku paneli dyskusyjnych. W trakcie spotkania odbywa się największy w Polsce Business Speed Dating, czyli szybkie spotkania na linii kupiec-dostawca. Na miejscu zorganizowana jest największa w Polsce wystawa produktów i usług dla hoteli. To wszystko dotyczy konferencji organizowanej w standardowej formule, która zaplanowana jest na jesień 2021 roku. Natomiast pierwsza połowa roku to wydarzenie w wersji online, które na wiosnę 2020 roku przyciągnęło ponad 1000 uczestników.



MEETINGS WEEK POLAND 2020

www.meetingsweek.pl

Ósma edycja Meetings Week Poland (MWP) poświęcona była sytuacji branży spotkań i wydarzeń w nowej rzeczywistości, trendom, które mogą w sposób znaczący wpłynąć na kształt rynku, bezpieczeństwu oraz prezentującym obraz branży badaniom. Spotkanie odbyło się w dniach 16-17 września 2020 w formule hybrydowej – jednocześnie w pięciu miastach Polski oraz w przestrzeni wirtualnego centrum konferencyjnego. W programie znalazły się wystąpienia i panele z udziałem polskich i międzynarodowych mówców, premiery czy wręczenie nagród. Organizatorzy: SKKP, MPI Poland Chapter, SOIT, SITE Poland, PIPT, SBE, Poland Convention Bureau POT, SGTIH Vistula, magazyn „The Warsaw Voice” oraz portal Meetingplanner.pl.

SOIT

STOWARZYSZENIE ORGANIZATORÓW
INCENTIVE TRAVEL



COLUMBUS DAY

www.columbusday.pl

Święto incentive travel integrujące branżę wokół akcji CSR. Organizatorem wydarzenia, skierowanego do członków, klientów agencji incentive, partnerów, mediów oraz gości z branży MICE, jest Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel. Stałym punktem programu jest aukcja charytatywna pamiątek podróżniczych przywiezionych przez członków SOIT z całego świata. W 2019 roku zebrano rekordową kwotę 73 494 zł na rzecz Fundacji Joanny Radziwiłł Opiekuńcze Skrzydła. Podczas aukcji Columbus Day 2020 zostaną zlicytowane pamiątki podróżnicze oraz obrazy stworzone przez członków SOIT podczas warsztatów speed painting.



EVENT BIZNES

www.sbe.org.pl/vi-edycja-event-biznes/

Konferencja Event Biznes, organizowana przez Stowarzyszenie Branży Eventowej, skierowana jest przede wszystkim do managerów i dyrektorów działów marketingu, do managerów i specjalistów z działów zakupów oraz członków zarządów odpowiedzialnych za komunikację w swoich firmach. Konferencja poświęcona jest w pełni tematyce eventu, jako jednego z najskuteczniejszych narzędzi marketingowych, pozwalających dotrzeć bezpośrednio do grup docelowych oraz realizować projekty i cele biznesowe. Założeniem programu Event Biznes jest przedstawienie możliwości zastosowania narzędzi z zakresu event marketingu w różnych aspektach działalności przedsiębiorstw, instytucji, stowarzyszeń. Każda z odsłon przyciąga ponad 400 uczestników. Ostatnia z 6 edycji miała miejsce w Warszawie (w Global Expo) w listopadzie 2019.

SKKP | STOWARZYSZENIE
KONFERENCJE I KONGRESY
W POLSCE



SILESIA MEETINGS CHALLENGE

www.skkp.org.pl

Konferencja „Silesia Meetings Challenge”, zorganizowana przez Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce jest wydarzeniem towarzyszącym Gali Ambasadorów Kongresów Polskich. Ubiegłoroczna edycja odbyła się 21 października 2019 r. w MCK Katowice. Wydarzenie stanowiło okazję do przyjrzenia się kondycji Miasta - Gospodarza Gali oraz całemu regionowi w kontekście sektora MICE. Celem konferencji jest przede wszystkim integracja i pozyskanie do współpracy wszystkich interesariuszy, zaangażowanych w organizację spotkań w Polsce, które znacząco wpływają na zrównoważony rozwój miast. Tegoroczna konferencja POMERANIAN MEETINGS CHALLENGE, podobnie jak XX edycja Gali Ambasadorów Kongresów Polskich, planowane 7 października 2020 r. w Gdyni, z uwagi na pandemię COVID 19 zostały przeniesione na kolejny rok.



VIP ROOM

Profesjoniści z branży eventowej to skarbnica wiedzy, doświadczeń i niesamowitych historii. Dlatego z przyjemnością otwieramy nasz VIP Room i zapraszamy do przeczytania ciekawych rozmów z naszymi gośćmi. Jesteśmy przekonani, że każdy z Was wyniesie z nich dla siebie coś wartościowego.

PO PROSTU JESTEM SOBĄ

Studiował finanse, pracował w banku, ale to na poczuciu humory zbudował swoją osobistą markę. Dlaczego tak potoczyła się jego kariera zawodowa? Jak zostać bohaterem własnej gry? Między innymi o tym opowiedział nam Marcin Prokop - dziennikarz, radiowiec, autor książek, szkoleniowiec i jeden z najpopularniejszych polskich konferansjerów, prowadzący liczne programy telewizyjne o bardzo różnym charakterze, a prywatnie - pasjonat nowych technologii oraz mega-trendów.

ROZMAWIAŁA:

Marta Klecha

redaktor naczelna

Jest Pan absolwentem studiów finansowych, był Pan związany z bankowością. Co zdecydowało o tym, że poszedł Pan inną drogą zawodową?

Większość ludzi, decydujących się na studia, nie ma jeszcze pojęcia, co tak naprawdę chce robić w życiu. Często podejmują tę decyzję pod cudzym wpływem i tak było w moim przypadku. Szybko się jednak okazało, że świat finansów nie pasjonuje mnie aż tak bardzo, nie nadawałem się na bankiera albo księgowego. Chyba że byłbym kreatywnym księgowym, ale to, jak wiemy - różnie się kończy... Przez całe studia największą radość sprawiało mi redagowanie gazetki studenckiej oraz pisanie „do szuflady”, kiedy więc uznałem, że wolę pójść za tą pasją, niż wyuczonym zawodem, zaczęła się moja przygoda z mediami.

Przeważnie jest Pan uśmiechnięty i sypie żartami. Bywa Pan smutny?

Oczywiście, jak każdy w miarę inteligentny i wrażliwy człowiek. Zakładam jednak, że moje problemy

powinny mało kogo obchodzić, więc nie obnoszę się z nimi publicznie. Poza tym moja praca polega na dostarczaniu ludziom dobrej energii, więc na tym staram się skupiać, chowając swoje prywatne troski na prywatne okazje.

Kiedy uświadomił sobie Pan, że na poczuciu humoru może zbudować swoją markę i zarabiać tym na życie?

Nigdy w ten sposób nie kalkulowałem. Moje poczucie humoru jest dla mnie tak samo naturalne, jak kolor oczu albo wzrost, nie zastanawiam się na co dzień nad tymi parametrami, po prostu jestem sobą - czy to przed kamerą, czy poza nią. Nie kreuję żadnego wymyślnego wizerunku, niespecjalnie też przejmuję się opiniami na swój temat, Robię to, co robię, tak jak robię, bo samego mnie to cieszy, a jeśli przy okazji podobą się innym, to fantastycznie. „Budowanie marki” nie może być utożsamiane z jakąś próbą zafaszowania siebie, tylko z umiejętnością bycia maksymalnie naturalnym, dobrze czującym się we własnej skórze i właściwie odbieranym przez innych ludzi poprzez jasną, skuteczną komunikację.

A gdyby musiał Pan dziś wybrać swoją drogę zawodową jeszcze raz, poza finansami i mediami, co by Pan wybrał?

Wybrałbym to, co robię. Nigdy nie miałem wątpliwości, że to była słuszna decyzja i najlepsza dla mnie droga. W pełni realizuję się w mediach, które szczególnie w dzisiejszych czasach, kiedy dzięki internetowi każdy może być nadawcą, stwarzają tak wielką ilość możliwości, że limituje nas jedynie własna kreatywność i czas, jaki mamy do dyspozycji.

Publiczne wystąpienia wymagają talentu, ale przede wszystkim warsztatu. Którą z umiejętności uznaje Pan w tym fachu za najważniejszą?

Naturalność. Wychodzenie do ludzi takim, jakim się jest i mówienie do nich normalnym językiem. Bez prób sztucznego modulowania swojego głosu, zachowania i przybierania dziwacznych póz, bez scenicznego patosu. Najlepiej na scenie radzą sobie ludzie, którzy akceptują siebie i nie mają kompleksów, ale jednocześnie posiadają duży szacunek do publiczności. Nie „gwiazdorzą”, nie wywyższają się i przede wszystkim mają refleks i wycucie sytuacji, bo ten sam tekst powiedziany w różnych okolicznościach, do różnych ludzi może wywołać skrajnie inne reakcje.

Prowadzi Pan wydarzenia na żywo, a wpadki, temat rzeka w przypadku każdego konferansjera. Pierwsza, która przychodzi Panu do głowy to...?

Pomylenie sal, w których obok siebie odbywały się dwie zupełnie różne imprezy. W jednej - rozrywkowy event dla sprzedawców sprzętu rolniczego. W drugiej - elegancka i poważna gala dużego banku. Ja miałem prowadzić pierwszą z nich, ale omyłkowo wszedłem do drugiej, od razu ruszyłem na scenę, złapałem mikrofon i radośnie zaintonowałem: „No, jak tam, kochani? Jesteście gotowi, żeby dzisiaj swoimi traktorkami zaorać ten parkiet? Czy zobaczymy tu dziś prawdziwe żniwa tańca i zabawy?”, po czym widzę, że publiczność (składająca się głównie ze starszych ludzi, poubieranych w smokingi i wieczorowe

suknie) patrzy na mnie z przerażeniem, stukając się nerwowo łokciami.

A sytuacja, która wyniknęła nagle, nie była zależna od Pana, ale wyglądała na pozór, jakby była nie do uratowania?

Podczas wielkiej gali dla wiodącej firmy ubezpieczeniowej, na której było prawie dwa tysiące osób, w tym międzynarodowy zarząd, nagle, na samym początku mojego występu całkowicie zgąsło światło i ekrany. Jedyne, co działało, to mój mikrofon. Miało być wielkie, multimedialne show, a zamiast tego zapadły egipskie ciemności i totalna cisza. Nikt nie wiedział, co się dzieje.

Jak Pan z tego wybrnął?

Ograłem tę sytuację. Natychmiast stworzyłem narrację, która miała uzasadnić nagłe, celowe wyłączenie światła. Powiedziałem coś w stylu: „Czasami w naszym życiu oraz w życiu firmy nagle zapada ciemność. Nie wiemy dokąd pójść, gdzie jest wyjście, jakie drogi prowadzą do celu. W ciągu ostatniego roku również u was bywały takie sytuacje i mamy tego pełną świadomość. Dziś, na tej konferencji, jesteśmy po to, aby z tej ciemności znaleźć wyjście, aby iść ku światłu zmian i nowych rozwiązań. Już za chwilę stanie się jasność...!” i w tym momencie odpaliły agregaty awaryjne, wszystko wróciło do normy, a publiczność nagrodziła to wielką owacją. Następnego dnia agencja organizująca event dostała maila od klienta, w stylu: „Szanowni państwo, bardzo dziękujemy za świetne rozegranie początku naszej imprezy, wielkie gratulacje, szkoda tylko, że nas nie uprzedziliście, że macie taki pomysł, bo prawie zeszliśmy na zawał, myśląc że coś się zepsuło”.

Lepiej czuje się Pan przed kamerą w programie telewizyjnym, czy prowadząc np. zamkniętą imprezę korporacyjną?

Obie sytuacje są zupełnie różne. Przed kamerą muszę sobie widza wyobrazić, muszę mówić do niego, nie mając zwrotnej reakcji, to trochę tak, jakbym



fot. Mateusz Hołownia / Powerspeech

Marcin Prokop

Dziennikarz, prezenter, jeden z najbardziej cenionych i rozchwytywanych polskich konferansjerów, mający na koncie kilkaset poprowadzonych eventów dla największych międzynarodowych firm, w tym branżowe konferencje i kongresy, eleganckie gale, festiwale tematyczne, masowe koncerty i wiele innych. Posiada bardzo dużą zawodową praktykę, zdobywaną zarówno w charakterze osoby zarządzającej, piszącej, działającej w radiu, jak i prowadzącej liczne programy telewizyjne o bardzo różnym charakterze.

www.powerspeech.pl



fot. Mateusz Hołownia / Powerspeech

piisał do kogoś list, na który nie dostanę natychmiastowej odpowiedzi. Natomiast stojąc na scenie, czuję się trochę jak w teatrze - jest tylko tu i teraz, ja i widownia, którą muszę animować. Zaczarować, rozśmieszyć, wzruszyć, podekscytować, nie pozwolić się jej nudzić.

Konferansjer, gospodarz, to bardzo ważny element każdego eventu. Ma Pan jakieś uniwersalne rady, na co powinni zwracać uwagę organizatorzy, poszukując prowadzącego na swoje wydarzenie?

Niech po prostu dzwonią do mnie (śmiech).

Co, Pana zdaniem, oznacza udany event?

Event to suma czynników. Oryginalnego pomysłu, perfekcyjnej realizacji, dobrej atmosfery i wycucia publiczności. Czasem scenariusze różnych wydarzeń przygotowywane są zupełnie bezmyślnie - zamiast budować dramaturgię wydarzenia, rozbijają ją. Kie-

dy ludzie chcą jeść, dają im się nudne przemówienia. Kiedy chcą się bawić na parkiecie, serwuje im się na siłę infantylne konkursy. Albo kiedy na konferencjach zamęcza się publiczność zbyt długimi blokami programu, za dużą ilością gadających głów na scenie. Od razu widzę wtedy, że jedynym, o czym myślą słuchacze, jest próba znalezienia odpowiedzi na pytanie: „Kiedy będzie przerwa?”.

Jak ta branża będzie wyglądała za kilka lat?

Na pewno dużą rolę będzie odgrywać rozwój technologii multimedialnych - coraz lepsze oświetlenie, rozdzielczość ekranów, precyzja projektorów i tak dalej. Dzięki temu można będzie kreować coraz bardziej spektakularne widowiska. Jednak „elektronika nie zagra za muzyką”, więc wciąż największą wartością na rynku będzie kreatywność oraz umiejętność bezbłędnej realizacji. No i oczywiście dobry prowadzący (śmiech).

Podczas swoich wykładów umieszcza Pan fachową wiedzę w kontekście tematów bliskich każdemu - pracy, rozrywki, samorozwoju, zachodzących zmian społecznych. Jeden z tematów mówi: zostań bohaterem własnej gry. Jak i po co stworzyć markę osobistą?

Tworzenie „marki osobistej” w moim rozumieniu to nic innego jak budowanie reputacji. Jeśli ja powiem publicznie, że jestem dobry w łóżku, to będzie reklama. Ale jeśli powie o tym moja koleżanka, to będzie już cegiełka do marki osobistej - tego, jak jestem postrzegany przez innych. Warunek jest jeden - naprawdę muszę być dobry w łóżku, bo marka osobista opiera się na prawdzie i zaufaniu. Jeśli budujemy swój fałszywy wizerunek, za którym nie stoi konsekwentne działanie i „dowożenie” tego, co światu obiecujemy, to świat szybko to zweryfikuje. Boleśnie dla nas.

Dużo Pan pracuje, podróżuje, spotyka nowych ludzi. Jednych mijamy bez echa, przy drugich zatrzymujemy się na dłużej. Które spotkanie, z nowo poznanym człowiekiem, zapadło Panu najbardziej w pamięć?

Parę lat temu, podczas wakacji na Dominikanie, pewien mężczyzna na plaży poprosił mnie o pomoc w złożeniu kitesurfingowego latawca. Chętnie się zgodziłem, wspólnie poradziliśmy sobie z tematem, na koniec podniósł głowę, uśmiechnął się, podał mi rękę i przedstawił się: „Hi, I'm Richard”. Przez chwilę przyglądałem mu się, czując, że skądś znam tę twarz, po czym mnie oświeciło. Stał przede mną sam Richard Branson, jeden z największych i najbardziej charakterystycznych przedsiębiorców naszej ery, facet który swoimi szalonymi biznesowymi pomysłami zadziwia i inspirowe niezliczone rzesze ludzi, w tym mnie. A najzabawniejsze było to, że rok wcześniej, na tej samej plaży, czytałem jego biografię. Możliwość pogawędzenia z nim choćby przez kilkanaście minut była więc dla mnie dużym przeżyciem.

Bardzo dziękuję za rozmowę.

Dajemy Twojej
firmie paliwo
do działania.

AGENCJA MÓWCÓW
POWERSPEECH.PL



DOBRYCH EVENTÓW PRZYBYWA POWOLI, A BYLE JAKICH NA PĘCZKI

Szukajmy inności, różnorodności, nie kopiujmy, idźmy do szczegółu. Powinniśmy znaleźć w sobie, w produkcie czy usłudze konkretny atut i go wyeksponować, aby wzbudzić emocje, a przez to zostać zapamiętanym. To właśnie emocjami karmi się serce i dusza, a jak do tego dojdzie jeszcze logika i wiedza, to mamy zestaw IDEALNY! Podobna zasada obowiązuje, gdy jesteśmy organizatorami eventu. Ważne jest wywołanie wśród naszych gości pozytywnych emocji, a nie byle czego, byle gdzie i byle jak. I nieważne, czy jest to konferencja dla trzystu osób, wesele dla stu, czy urodziny dla najbliższych członków rodziny, szkolenie, wykład czy konferencja. Klient, słuchacz, odbiorca ma czuć się szanowany pod względem przygotowania i przewidywania organizatora.

AUTOR:

Paulina Smaszc_Kurzejewska

Ekspert komunikacji i public relations, szkoleniowiec, konsultant biznesu, mentorka, wykładowca.

Prowadzi dwie firmy: BRAND NEW Paulina Smaszc-Kurzejewska oraz BRAND NEW PR.

Założycielka AKADEMII PUBLIC RELATIONS PAULINY SMASZCZ-KURZAJEWSKIEJ oraz fundacji #lovuje PAULINA SMASZCZ-KURZAJEWSKA FOUNDATION.

W ubiegłym roku wyruszyłam w Polskę ze swoim autorskim szkoleniem KOBIETA PETARDA!. Wydarzenie powstało z myślą o wszystkich kobietach, aby pobudzić ich refleksyjność, kreatywność, siłę do działania, samoświadomość, asertywność, wzmocnić wiarę w siebie oraz nauczyć podejmowania decyzji w zgodzie z własnymi potrzebami. Jestem nie tylko twórczynią i prowadzącą, ale od A do Z odpowiadam

za organizację tego wydarzenia i wspólnie z podwykonawcami koordynuję wszystkie kwestie merytoryczne, wizualne, logistyczne oraz komunikacyjne i promocyjne.

Wśród ponad dwóch tysięcy pań, które do tej pory osobiście wzięły udział w szkoleniu KOBIETA PETARDA! oraz 40 tysięcy online w całym kraju, są kobiety w różnym wieku, o odmiennych doświadczeniach osobistych, na innych etapach kariery zawodowej. Czy można sprostać oczekiwaniom tak różnorodnej grupy? Dzisiaj, po odwiedzeniu kilkunastu miast, odbytych po szkoleniu w kulisach rozmowach, odczytaniu maili, wiadomości w social mediach, komentarzy, z pełnym przekonaniem mówię: TAK, ale trzeba być odważnym i uważnym, ryzykować, zbierać pochwały i cięgi.

Moim kluczem do sukcesu, jako szkoleniowca i mentorki, która już od 19 lat pracuje z kobietami, jest stworzenie dla nich w trakcie eventu możliwości interakcyjnych na wielu poziomach: opowiedzenia o sobie, podzielenia się swoimi doświadczeniami, zagadki, zadania, dystans do siebie, poczucie humoru, szczerość, entuzjazm oraz podziw za ich wytrwałość, osiągnięcia małe i mniejsze. Nie bez powodu mówię, że „kobietę najlepiej zrozumie druga kobieta”. Moje wykłady, szkolenia, mentoring, ale także badania, które przeprowadziłam do doktoratu - stanowią również pewną formę audytu potrzeb szkoleniowych kobiet.

Szkolenie KOBIETA PETARDA! rozwija kompetencje biznesowe i poznawcze. Zawiera wiele elemen-

tów interakcji prowadzący - uczestnik, ale także ćwiczenia w parach lub grupach, aby panie mogły się lepiej poznać i nawiązać bliższe relacje.

Oczywiście okazją do rozmowy są też przerwy kawowe, o których zawsze pamiętam (zwłaszcza podczas wielogodzinnych szkoleń), lub wydarzenia towarzyszące. W ich organizację zaangażuj firmę partnerską. W przypadku grupy docelowej, jaką są kobiety, może to być absolutnie każda branża, ponieważ kobiety chcą wiedzieć, rozwijać się i uczyć, smakować, doświadczać niezależnie od wieku, stanu posiadania, wykształcenia i sytuacji rodzinnej lub zawodowej. Firmy partnerskie robią prezentacje usług czy produktu, ale to ja odpowiadam za ich wybór, jakość i formę przekazywanych informacji.

W ubiegłym roku zaprosiłam do współpracy włoską markę odzieżową segmentu premium. Zaraz po zakończeniu szkolenia jechałam z uczestniczkami do pobliskiego centrum handlowego na tzw. „shopping”. Kobiety mogły skorzystać z porad konsultantek wizerunku biznesowego oraz otrzymać w tym dniu rabat na zakupy. Razem zjadłyśmy obiad, pobiegałyśmy po centrum handlowym, potem poszłyśmy na spacer i skończyłyśmy z klasą w pobliskiej restauracji przed 2 rano. Była energia, rozmowy, wzruszenia, śmiech i totalny networking. Czy to nie jest idealne połączenie dla kobiety? W pierwszej kolejności robi coś dla głowy, czyli zdobywa nową wiedzę i rozwija kompetencje. Później pielęgnuje swojego ducha, czyli sprawia sobie przyjemność poprzez zakupy, rozmowy, zrozumienie i wsparcie innych kobiet.

Często otrzymuję pytanie, czym kieruję się w doborze partnerów szkolenia? Żyjemy w czasach chaosu i pośpiechu. Kobiety spełniają się w wielu rolach: matki, żony, córki, pracownika, pracodawcy, często stawiając swoją osobę i czas dla siebie na ostatnim miejscu. Dlatego te trzy godziny podczas



„Chwyć mnie za jaja” to hasło często powtarzam uczestnikom moich wykładów na temat autoprezentacji i personal branding, osobom, z którymi spotykam się podczas sesji mentoringowych, oraz klientom biznesowym mojej firmy public relations BRAND NEW PR.

www.paulinamaszczurkiewicz.com

WYKŁADY ONLINE

kobieta PETARDA!

Życie w świecie chaosu

wykład

Paulina Smaszcz-Kurzajewska



szkolenia KOBIEȚA PETARDA! sã zarezerwowane tylko dla nich. Wszystkie działania koncentrujã siã na uczestniczkach. Muszã czuã siã zaopiekowane nie tylko przeze mnie, ale takżã firmy, które zapraszam do współpracy. Ješli partnerzy tego nie rozumiejã i traktujã kobiety jak zwykłych klientów, to wiem, że z tego nic nie będzie.

Przekãski, napoje, ich jakořã i wyglãd, niby nie jest najwãżniejszã kwestiã w organizacji szkolenia dla kobiet, lecz moim zdaniem to istotny element, który może zaważyã na opinii o ewencie i samopoczuciu uczestniczek. Každy z nas ma rólne gusta żywieniowe i staram siã o tym pamiętać: słodkie - wytrawne, pełnowartościowe - dietetyczne, wegetariańskie - mięsne, bez laktozy, bez glutenu itd. Dla mężczyzn pewnie to szczegóły natomiast dla kobiet wyraz troski o nie. Zwracajã na to uwagã i lubiã, gdy organizator wydarzenia dostosowuje siã do ich potrzeb, nawet tych dotyczãcych jedzenia. Uwaga i jeszcze coř

NAJWAŻNIEJSZEGO! Czystość miejsca i toalet!!!! Może być mądre, wartościowe szkolenia, idealna sala, pyszne jedzenie, ale jak jest śmierdząco i brudno w toaletach to uciekam z takiego miejsca, gdzie pieprz rośnie.

Moje ostatnie doświadczenia związane z organizacją innego szkolenia, w Akademii PR Managera 360°, pokazujã, że nie zawsze muszã to być przekãski podawane na srebrnych tacach i wystawnych stołach, by kobietom smakowały (public relations to jedna z mocno sfeminizowanych branż, stãd wiêkszořã uczestników Akademii to kobiety). Uczestniczki otrzymały lunch boxy na cały dzieñ, które składały siã z pięciu posiłków. Každy z pañ mogła wybrać, na co ma ochotę w danym momencie. Moja firma partnerska specjalizujãca siã w cateringu dietetycznym świetnie odczytuje potrzeby kobiet. Przygotowała dwie wersje lunch boxów: wege i mięsnã, a posiłki udekorowała jadalnymi kwiatami.

Zresztã, kwiaty to kolejny element, o którym warto pamiętać, organizujãc szkolenie dla kobiet. Wiêkszořã z nas lubi otaczaã siã pięknymi przedmiotami i spędzã czas w ładnych wnętrzach. Dlatego zaangazuj we współpracã kwiaciarnię, która przygotuje kobiece, zmysłowe, eteryczne kompozycje kwiatowe. Jednocześnie ociepli surowy i biznesowy wystrój sali konferencyjnej. Dzięki temu kobiety poczujã siã jak na kawie z przyjaciółkami, a nie jak podczas rozmowy z trudnym szefem lub szefowã w biurze.

Pamiętam takżã o dobrym oświetleniu miejsca do zdjęć (ścianka, rollapy, baner). Zainwestowałam w lampy typu ring, które idealnie zdajã egzamin takżã na szkoleniach wyjazdowych. Sã lekkie, nie zajmujã dużo miejsca w samochodzie, łatwo jest je przenieść i rozłożyć.

W tym roku w dekorowaniu sali na szkolenie KOBIEȚA PETARDA! stawiam na oryginalne i modne kompozycje z żywych kwiatów, lecz w minimalistycznej formie lub z gałęzi, mchu, a takżã na lasy w słoikach. Wystrój wnętrza sali to też jeden z elementów, dzięki którym kobiety zapamiêtajã Twoje szkolenie.

Dodaj jeszcze do tego odpowiedniã promocję szkolenia w rólnych kanałach komunikacji off- i online, przygotowanie merytoryczne, sprawdzenie kwestii technicznych, oraz zaangażowanie, cierpliwořã i pozytywne nastawienie całego zespołu koordynujãcego event. Wobec zespołów podwykonawczych stosuje trudnã, ale wypracowanã zasadã, bo nie stać mnie juź na błędy, które niosã za sobã koszty finansowe, koszty społeczne, koszty mojego zdrowia i mojej energii. REKRUTUJ, SZUKAJ DŁUGO I SKRUPULATNIE, ALE ZWALNIAJ SZYBKO I BEZ ŹALU, GDY ZAWODZã < KŁAMIã LUB OSZUKUJã i zasada WYMAGAM SZALENIE DUZO OD SIEBIE< WIĘC WYMAGAM TEZ OD INNYCH.



Pięć krótkich wskazówek dotyczących organizacji szkolenia adresowanego tylko do kobiet:

1) Wejdź w szpilki potencjalnych uczestniczek w Twoim regionie. Dowiedz się, jak żyją, jakie mają potrzeby, czy chętnie biorą udział w kobiecych eventach.

2) Sprawdź konkurencję. Czy w Twoim mieście są już organizowane podobne wydarzenia? Jeśli tak, zastanów się, jak możesz wyróżnić się, by uczestniczki „chwycić za jaja”.

3) W trakcie szkolenia stwórz okazje i przestrzeń do nawiązywania relacji między uczestniczkami - kobiety lubią rozmawiać.

4) Przy doborze partnerów do współpracy zastanów się, czy rozumieją potrzeby i oczekiwania kobiet.

5) Wyjdź poza utarte schematy i nawyki organizatorów eventów. Szukaj własnych sposobów na organizację wydarzenia, czym zaskoczysz uczestniczki i zapadnieś im w pamięć.

PS. Z wieloma kobietami często spotykam się ponownie na szkoleniach, wykładach, mentoringu, więc wiem, że te zasady działają.

**uwielbiam, całuję,
miłuję, #lovuje**

RAZ NA MILION LAT, MOŻE TROCHĘ CZĘŚCIEJ, ZDARZAJĄ SIĘ WPADKI Z KATEGORII ARMAGEDONÓW

Konferansjer, choć nie do końca zasłużenie, jest postrzegany przez gości wydarzenia jako jego wizytówka. Jest to o tyle zabawne, że najczęściej nie ma on wpływu na szczegóły eventu, jego organizację, wybór podwykonawców i wszystko, co stanowi o sukcesie wydarzenia i co potencjalnie może pójść nie tak. Ostatecznie jednak to od niego oczekuje się opanowania, nadzwyczajnych umiejętności kontrolowania sytuacji i doskonałego refleksu, kiedy coś idzie nie do końca zgodnie z planem. Doświadczeni konferansjerzy doskonale odnajdują się w takich sytuacjach. A jak mówi jedno z praw Murphy'ego: „Jeśli coś może pójść źle, to na pewno pójdzie”.

Przez ostatnie 10 lat wychodziłem na scenę niezliczoną ilość razy, w niemal każdym zakątku Polski. Doświadczenie tych występów nauczyło mnie, że nie ma sytuacji, z której nie dałoby się wyjść z twarzą, a profesjonalizm organizatorów można ocenić po umiejętności przewidywania tego, czego nie da się z natury przewidzieć i po odpowiednim na takie sytuacje przygotowaniu.

Zacznijmy od wpadek z kategorii soft. Kilku-minutowe opóźnienie, błąd w wydrukowanej agendzie, nieposłuszny projektor. Choć w chwili zdarzenia mogą urastać do rangi małych dramatów, są to sytuacje o marginalnym znaczeniu, które łatwo wymieść z pamięci publiczności odrobiną humoru i sprawnym odwróceniem uwagi. Uśmiech i opanowanie na twarzy konferansjera, podczas kiedy ekipa techniczna wymienia wszystkie przewody na backstage'u — zwyczajna rzecz. Wzbudzenie zaufania publiczności sprawia, że jest ona w stanie więcej wybaczyć, a pozorną porażkę łatwo można przekuć w sukces.

W dalszej kolejności mamy wpadki, które nabierają większej wagi gatunkowej. Spóźniający się prelegent, źle poukładane vouchery do wręczenia (raptem pięćdziesiąt), poważna awaria nagłośnienia. To sytuacje, które zapisują się trwale w pamięci uczestników, i których tak łatwo zamienić w żart się nie da. W takich sytuacjach zawsze staram się mieć plan B. Na spotkaniu organizacyjnym, jeśli mam okazję brać w nim udział, dobrze jest pozwolić swojej wyobraźni podsunąć sobie wszelkie najczarniejsze scenariusze i uwolnić potencjał pesymizmu Murphy'ego — a potem zaplanować listę ewentualnych rozwiązań. Tak, tak, kto ma na to czas, kiedy klient odkładał wszystkie decyzje do ostatniej chwili, a cały event organizowany jest w trybie „na wczoraj”. Na szczęście, nie każde wydarzenie organizowane jest w tak morder-

czym tempie. Poza tym dobrze jest potraktować tak wykonaną pracę jako inwestycję. Katalog rozwiązań dla sytuacji krytycznych, nieznacznie aktualizowany przyda się na każdym kolejnym wydarzeniu. Szczepie przyznaję, że nie pojawiam się na żadnym evenie, bez swojej autorskiej, kieszonkowej wersji „Podręcznika z kryzysowymi scenariuszami dla konferansjerów”.

Raz na milion lat, może trochę częściej, zdarzają się wpadki z kategorii armagedonów. Takie, których nie uratuje poczucie humoru, takie, na które nie ma alternatywy, i takie, których nikt w najśmielszych snach nie mógłby sobie wyobrazić np. wichura zmieniająca scenę. W takich sytuacjach najlepsze co można zrobić, to wykupić dobrą polisę ubezpieczeniową. Trzeba się liczyć z tym, że czasami nie da się zrobić nic więcej. Podczas jednej z integracji, które prowadziłem, jeden z uczestników złamał nogę. To ja byłem najbliższy. Swoim samochodem przetransportowałem go więc do hotelu, skąd odebrały go służby medyczne. Czy powinienem zostać przy mikrofonie w myśl zasady „show must go on”? Chyba raczej nie.

Bywają oczywiście eventy, na których wszystko przebiega podręcznikowo. Niektórzy złośliwcy mówią wtedy o ciszy przed burzą. Nie ma jednak co przesadzać, często da się przejść przez event gładko, nie zaliczając żadnych wybojów. Trzeba jednak być przygotowanym na to, że życie pisze różne scenariusze, a im więcej podwykonawców, tym większe ryzyko.

Każdy event manager stara się przygotować swoje wydarzenie jak najlepiej. Sam wiem, ile ustaleń, szczegółów i wymagań wiąże się z takim zadaniem. Nigdy nie zazdrościłem tej odpowiedzialności. Jednak kluczowym warunkiem do powodzenia eventu

jest praca zespołowa, a event manager i doświadczony konferansjer stanowią duet ogromnej wagi. Ty planujesz i liczysz na to, że będzie tak, jak miało być. Ja jestem tam po to, żeby było dobrze, nawet jeśli nie będzie, tak jak było zaplanowane.



Krzysztof Łobodziński

Konferansjer, aktor, radiowiec, specjalista ds. mówienia tak, aby zostać wysłuchanym. Posiadacz czarnego pasa w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi, mistrz zen w kategorii: opanowanie i kontrola. Entuzjasta i propagator zabawy słowem, komandos nie bojący się misji specjalnych. Ekwilibrysta, kaskader, gentleman.

www.krzysztoflobodzinski.pl

EVENTOWE MOŻLIWOŚCI

Szukasz pomysłu na event? Usługi, obiektu, wyjątkowych inspiracji? Sprawdź wybrane przez nas eventowe możliwości.

Usługi eventowe



Concept Music Art.

ul. Warszawska 15
31-155 Kraków
tel.: 12 631 25 92
marketing@cma.pl

Concept Music Art - firma eventowa, specjalizująca się w kompleksowej organizacji wydarzeń. CMA EVENTS realizuje działania agencyjne i kreacyjne, a CMA AV oferuje najnowocześniejszy sprzęt techniczny oraz profesjonalną obsługę każdego wydarzenia.

www.cma.pl

Usługi eventowe



Power Sp. z o.o.

ul. Kowalczyka 1/31
03-193 Warszawa
tel.: 22 224 59 83
power@agencjapower.pl

Agencja Power wie, że dobry event, czy wyjazd typu incentive jest prawdziwą marketingową rakietą. Organizuje największe w kraju konferencje, gale, wydarzenia sportowe, a także zagraniczne wyjazdy motywacyjne.

www.agencjapower.pl

Usługi eventowe



Zero Waste

kuba@kubakorczak.pl
tel.: 518 100 419

W naszej ofercie znajdziesz, również w wersji online: warsztaty kulinarne i upcycling; autorskie ekogadżety; catering tematyczny; kompleksowe strefy zero waste; kulinarne show oraz prelekcje i szkolenia.

www.fb.com/gotujezerowaste

Usługi eventowe



Deli Catering

ul. Janinówka 17
03-562 Warszawa
tel.: 22 599 45 60
catering@delicatering.pl

Marka Deli Catering to profesjonalne usługi cateringowe, świadczone na terenie całej Polski. Obsługujemy gale, kongresy, konferencje, eventy firmowe, szkolenia oraz przyjęcia okolicznościowe.

www.delicatering.pl

Usługi eventowe



Impel Facility Services Sp. z o.o.

ul. Ślężna 118
53-111 Wrocław
tel.: 510 014 956
a.murek@impel.pl

Grupa Impel to sprawdzony partner wspierający organizatorów imprez w zakresie bezpieczeństwa, czystości oraz cateringu. Zapewniamy wsparcie dostosowane do wymagań danej imprezy i możliwości organizatora.

www.impel.pl

Usługi eventowe



Gastro Magic Service

ul. Piastowska 65
05-850 Jawczyce
tel.: 506 058 128
gms@gastrowypożyczalnia.pl

Gastro Magic Service to profesjonalna wypożyczalnia sprzętu gastronomicznego, kuchennego, bankietowego, cateringowego i piknikowego.

www.gastrowypożyczalnia.pl

WYDARZENIA
ONLINE

Realne doświadczenia w wirtualnej rzeczywistości

WYDARZENIA ONLINE & HYBRYDOWE



Własna platforma wirtualnych wydarzeń

Bogate portfolio wydarzeń online i hybrydowych

Kompleksowa realizacja

Wsparcie AV

Kreacja, branding, animacje

Studio nagrań w prestiżowym obiekcie ICE Kraków

WydarzeniaOnline.pl

kontakt@wydarzeniaonline.pl

Usługi eventowe

CATERING 24

Catering24.pl

ul. Kadecka 5a
41-303 Chorzów
tel.: 695 242 424, 32 777 00 00
zapytanie@catering24.pl

Z połączenia pasji i zaangażowania powstał Catering24.pl. Organizujemy cateringi eventowe, bankietowe, plenerowe i piknikowe w całej Polsce.

www.catering24.pl | www.facebook.com/Catering24pl

Usługi eventowe

M-DUO

M-DUO s.c.

ul. Grupy AK Północ 4/43
00-713 Warszawa
tel.: 692 175 709, 602 413 077
m.bradacz@m-duo.pl
p.szczek@m-duo.pl

M-DUO to wielokrotnie nagradzana agencja zajmująca się organizacją personelu eventowego. Nasze podstawowe zalety to kompleksowość usług, 12-letnie doświadczenie na rynku oraz najwyższa jakość.

www.m-duo.pl

Usługi eventowe



Rent Design Sp. z o.o.

ul. Ożarowska 40/42
05-850 Duchnice
tel.: 696 471 949, 665 822 422
rent@rentdesign.pl

Od blisko 10 lat wypożyczamy meble na różnego rodzaju wydarzenia i eventy. Dbamy o komfort, wygodę i bezpieczeństwo dostarczając design na najwyższym, światowym poziomie.

www.rentdesign.pl

Usługi eventowe



Modulio

Przeclawska 1
03-879 Warszawa
tel.: 666 025 926
hello@modulo.pl

Wypożyczalnia mebli Modulio powstała, z potrzeby wprowadzenia nowych wzorców estetycznych na rynek eventowy. Najnowsza kolekcja została stworzona specjalnie dla tych, którzy chcą wyróżnić swoje wydarzenie i zaprosić gości do gustownie urządzonej przestrzeni.

www.modulio.pl

Usługi eventowe

SPICE for SPACE

SPICE for SPACE

ul. Ślusarska 9
30-710 Kraków
tel.: 600 428 103 (Danka),
608 320 111 (Piotr)
kontakt@spice4space.pl

Świetny design, meble multimedialne i modułowe. Zaprojektowane tak, że doskonale łączą się ze sobą. Wiele z nich dostępnych jest w Polsce wyłącznie u nas.

www.spice4space.pl

Usługi eventowe



Star Event

ul. Śródkowa 29a
05-816 Opacz – Kolonia,
Warszawa
tel.: 730 360 700
biuro@starevent.pl

Star Event to innowacyjna firma działająca w branży eventowej. Urządzając z nami wydarzenie, konferencję czy spotkanie reklamowe, dostajesz gwarancję, że jej atmosfera na długo zostanie w pamięci gości.

www.starevent.pl

CATERING 24



ELASTYCZNE
ROZWIĄZANIA



INNOWACJE
KULINARNE



WYKALIFIKOWANY
PERSONEL



NOWOCZESNY
SPRZĘT



WŁASNA FŁOTA
TRANSPORTOWA



ZASIĘG
OGÓLNOPOLSKI



AUTORSKIE
PRODUKTY



www.catering24.pl



zapytanie@catering24.pl



+48 695 242 424

Obiekty eventowe



Hotel ** Pałac Romantyczny w Turznie**

ul. Toruńska 1
87-148 Łysomice
tel.: 56 642 31 00
repcja@palac-romantyczny.com

Obiekt z bogatą historią, w którym znajdują się 64 komfortowe pokoje, 4 apartamenty oraz 6 sal konferencyjno-szkoleniowych. Hotel otacza 16 ha parku, co pozwala zapomnieć o zgiełku miasta i odpocząć.

www.palac-romantyczny.com

Obiekty eventowe



Hotel Żubrówka** Białowieża**

ul. Pałacowa 6
17-230 Białowieża
tel.: 85 682 94 11
marketing@hotel-zubrowka.pl

Hotel Żubrówka**** Białowieża to jeden z obiektów, który łączy najwyższy standard oferowanych usług ze wspaniałym położeniem. Wypoczywający w komfortowych warunkach Goście mają również możliwość bliskiego kontaktu z przyrodą Białowieżskiego Parku Narodowego.

www.hotel-zubrowka.pl

Obiekty eventowe



Hotel Almond Business & SPA

ul. Toruńska 12
80-747 Gdańsk
tel.: 58 351 90 00
kontakt@hotelalmond.pl

Tak blisko, tak spokojnie. W naszym hotelu zorganizujesz konferencje, spotkanie biznesowe, a po całym dniu w strefie wellness & SPA odpoczniesz i naładujesz baterie, by móc spędzić kolejny aktywny dzień.

www.hotelalmond.pl

Obiekty eventowe



DoubleTree by Hilton Łódź****

ul. Łąkowa 29
90-554 Łódź
tel.: 42 208 80 80
lcjdl.ds@hilton.com

Event w dawnej „Fabryce Snów”? Ogromna przestrzeń oraz postindustrialny klimat czterech hal zrewitalizowanej Wytwórni Filmów Fabularnych to nieograniczone pole do stworzenia spektakularnego wydarzenia.

www.doubletreelodz.pl | www.facebook.com/DoubleTreeLodz

Obiekty eventowe



Hotel Szafran****

ul. Będzińska 82
41-250 Czeladź
tel.: 32 784 31 00
info@hotelszafran.pl

Hotel Szafran to czterogwiazdkowy obiekt biznesowo-konferencyjny, w skład którego wchodzi także dwa punkty gastronomiczne – restauracja oraz Grill Bar.

www.hotelszafran.pl

Obiekty eventowe



Pałac Mała Wieś

Mała Wieś 40
05-622 Belsk Duży
tel.: 782 404 040, 48 332 26 70
biuro@palacmalawies.pl

Hotel **** Pałac Mała Wieś - kompleks biznesowy położony 50 km od Warszawy. Unikatowy komfort, ponadczasowa elegancja z niezwykłą historią w tle.

www.palacmalawies.pl



DOGODNA
LOKALIZACJA
(przy autostradzie A1)



6 SAL
SZKOLENIOWYCH



INTEGRACJA
W PLENERZE



150 MIEJSC
PARKINGOWYCH



OK 150 MIEJSC
NOCLEGWYCH



BASEN
& SPA



Kameralne
spotkania
i duże
eventy



HOTEL** PAŁAC ROMANTYCZNY**
Ul. Toruńska 1, Turzno
87-148 Łysomice
tel. 56 642 31 00
recepca@palac-romantyczny.com
www.palac-romantyczny.com

**NA HASŁO EVENT KATALOG - SPECJALNA OFERTA
PROMOCYJNA. SZCZEGÓŁY W RECEPCJI HOTELU.**

Obiekty eventowe



Hotel Żywiecki ****
Medical SPA&SPORT
ul. Kępka 3
34-331 Przytęków
tel.: 33 506 50 80, 662 071 471
recepca@hotel-zywiecki.pl

Hotel Żywiecki to luksusowe centrum oferujące doskonałe warunki do organizacji konferencji, spotkań, szkoleń, bankietów. Indywidualne podejście oraz bogata infrastruktura hotelowa pozwalają na realizację nawet najbardziej wymagających projektów.

www.hotel-zywiecki.pl

Obiekty eventowe



Przystań Hotel & Spa
ul. Żeglarska 4
10-160 Olsztyn
tel.: 89 651 90 00
hotel@hotelprzystan.com

Przystań Hotel & Spa w Olsztynie to czterogwiazdkowy luksusowy hotel, wyróżniający się nowoczesną architekturą. Malownicze widoki na piękne jezioro Ukiel, z pokoi i tarasu usytuowanego na hotelowym dachu, zachwycają gości.

www.hotelprzystan.com

Obiekty eventowe



Hotel Czarny Potok
Resort SPA & Conference*****
ul. Czarny Potok 65
33-380 Krynica-Zdrój
tel.: 18 530 30 01
konferencje@czarnypotok.com

Konferencje w górach sprawdzą się o każdej porze roku a pięknie położony Hotel Czarny Potok****, wyróżniony tytułem „Travellers 'Choice 2020 Best of the Best” to z pewnością numer jeden na liście każdego organizatora.

www.czarnypotok.com

Obiekty eventowe



Hotel AQUARIUS SPA*****
ul. Kasprowicz 24
78-100 Kołobrzeg
tel.: 94 353 65 00
hotel@aquariusspa.pl

Hotel AQUARIUS SPA***** znajduje się w dzielnicy uzdrowskiej Kołobrzegu, zaledwie 280 m od morza i posiada 200 komfortowo wyposażonych pokoi oraz 7 przestronnych i nowoczesnych sal konferencyjnych.

www.aquariusspa.pl

Obiekty eventowe



Hotel Grano
ul. Jagłana 4
80-749 Gdańsk
tel.: 58 717 80 00
numberone@granohotels.pl

Hotel Grano to luksusowy obiekt, który powstał na Wyspie Spichrzów w samym sercu Gdańska. W budynku zaplanowano 136 komfortowych pokoi, strefę SPA & Wellness oraz autorską restaurację.

www.granohotels.pl/hotelgrano

Obiekty eventowe



Hotel Mragowo
Resort & Spa
ul. Gizycka 6
11-700 Mragowo
tel.: 89 743 31 32
konferencje@mragoworesort.pl

Obiekt konferencyjno-hotelowy z widokiem na Mazury. Dysponuje 10 klimatyzowanymi salami konferencyjnymi z pełnym wyposażeniem, które dają możliwość dowolnej konfiguracji i mogą pomieścić do 600 osób.

www.mragoworesort.pl

HOTEL ŻYWIECKI

MEDICAL SPA & SPORT

Hotel Żywiecki Medical Spa & Sport ****

w Przytękowie to idealne miejsce do profesjonalnej organizacji konferencji, szkoleń, prezentacji, imprez integracyjno-szkoleniowych, przyjęć okolicznościowych czy też kameralnych spotkań. Trzy wygodne, i w pełni wyposażone sale konferencyjne w tym jedna nowa niezależna sala konferencyjno bankietowa, i położenie sprawia że Hotel jest idealnym miejscem do zorganizowania różnego rodzaju eventów na wysokości 558 m n.p.m. Ponadto Hotel dysponuje: restauracją, basenem, strefą saun, zewnętrznym jacuzzi, wypożyczalnią quadów i własnym stokiem narciarskim.



ul. Kępka 3, 34-331 Przytęków,
tel : +48 33 506 50 80
kom. +48 662 071 471

repcja@hotel-zywiecki.pl
www.hotel-zywiecki.pl



Obiekty eventowe



PGE Narodowy

Al. Ks. J. Poniatowskiego 1
03-901 Warszawa
tel.: 22 295 95 55
sprzedaz@2012plus.pl

PGE Narodowy to nie tylko sport i rozrywka. To także bezpieczny biznes. Obiekt udostępnia ponad 150 komfortowych przestrzeni, od 42 m² do 12 500 m², które można dowolnie zaaranżować zachowując najbardziej restrykcyjne zasady reżimu sanitarnego.

www.biznes.pgenarodowy.pl

Obiekty eventowe



Stadion Energa Gdańsk

ul. Pokoleń Lechii Gdańsk 1
80-560 Gdańsk
tel.: 58 768 84 78
convents@arenagdansk.com
marketing@stadionslaski.pl

Stadion Energa Gdańsk, zwany bursztynowym Stadionem, uznawany jest za jeden z najpiękniejszych obiektów sportowych na świecie. Oprócz wydarzeń na przestrzeni murawy, daje możliwość organizacji różnorodnych eventów w części konferencyjno-biznesowej.

www.stadionenerga.pl

Obiekty eventowe



Arena Gliwice

ul. Akademicka 50
44-100 Gliwice
tel.: 32 444 26 00
biuro@arenagliwice.com

Arena Gliwice to jeden z największych i najnowocześniejszych obiektów widowiskowo-sportowych w Polsce. Od początku działalności w 2018 roku odbyło się tutaj ponad 260 wydarzeń, w których uczestniczyło ponad pół miliona osób.

www.arenagliwice.com

Obiekty eventowe



STADION ŚLĄSKI Sp. z o.o.

ul. Reymonta 24/ 203
40-029 Katowice
Biuro: ul. Katowicka 10
(brama nr 8), 41-500 Chorzów
tel.: 32 479 72 55
marketing@stadionslaski.pl

Stadion Śląski jest jednym z najbardziej rozpoznawalnych obiektów sportowych w Polsce, to także największa arena lekkoatletyczna w kraju, największa otwarta scena muzyczna oraz nowoczesna arena piłkarska.

www.stadionslaski.pl

Obiekty eventowe



Arena Zabrze

ul. Roosevelta 81
41-800 Zabrze
tel.: 32 438 63 00
biuro@arena-zabrze.pl

Bogata, nowoczesna infrastruktura pozwala nam na organizowanie eventów z każdej dziedziny: od konferencji i pikniku firmowego, po wesele i koncert.

www.arena-zabrze.pl

Obiekty eventowe



Centrum Kongresowe ICE Kraków

ul. Marii Konopnickiej 17
30-302 Kraków
tel.: 12 354 23 00
office@icekrakow.pl

ICE Kraków – biznesowa i kulturalna wizytówka miasta! Doświadczony zespół oraz międzynarodowe uznanie potwierdzone referencjami i nagrodami. Let's inspire your event. Together.

www.icekrakow.pl



Poznań
Congress
Center



Międzynarodowe
Targi Poznańskie

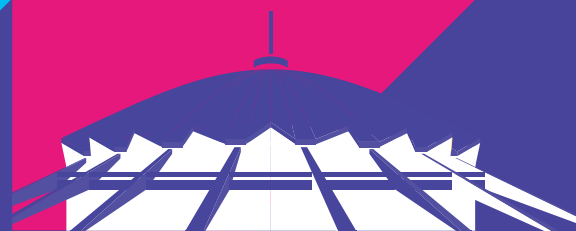
ARENA
POZNAŃ



- > 3 kondygnacje
- > 38 sal konferencyjnych
- > Sala Ziemi dla 2000 osób
- > zróżnicowana przestrzeń dla 20 000 uczestników



- > 15 różnorodnych pawilonów
- > 150 000 m² przestrzeni wystawienniczej
- > 2000 miejsc parkingowych



- > 3600 miejsc siedzących
- > 13 500 m² powierzchni użytkowej

Przestrzeń dla dobrze
zaprojektowanych wydarzeń

+48 693 028 023



grupamtp.pl

Miasto otwarte na event

Convention Bureau Wrocław

Convention Bureau - Wrocław

ul. Wystawowa 1
51-618 Wrocław
tel.: 71 347 51 87
info@convention.wroclaw.pl

Convention Bureau Wrocław to organizacja non-profit, która zapewnia profesjonalne wsparcie organizatorom kongresów, konferencji, seminariów, targów i eventów biznesowych.

www.convention.wroclaw.pl

Miasto otwarte na event



Urząd Miasta Gdyni

aleja Marsz. Piłsudskiego 52/54
81-382 Gdynia
tel.: 58 626 26 26
umgdynia@gdynia.pl

Gdynia kusi i urzeka. Nadmorskie krajobrazy, kultowe restauracje, wspaniała plaża w samym sercu miasta, klimatyczny bulwar, nowoczesna architektura i międzynarodowe wydarzenia przyciągają miliony gości z całego świata.

www.gdynia.pl

Miasto otwarte na event



Gmina Olsztyn / Urząd Miasta Olsztyna

pl. Jana Pawła II 1
10-101 Olsztyn
tel.: 89 527 31 11
promocja@olsztyn.eu

Olsztyn to stolica Warmii i Mazur tętniąca imprezowym życiem bez względu na porę roku. Najciekawsze eventy, m.in. Olsztyn Green Festival, odbywają się w malowniczych plenerach nad jeziorem Ukiel.

www.olsztyn.eu

Miasto otwarte na event



Lubelskie Convention Bureau

ul. Artura Grottgera 2
20-029 Lublin
tel.: 81 718 09 50
biuro@lubconvention.pl

Lublin to prężnie rozwijająca się eventowa destynacja! Nowe inwestycje hotelowe, bogata oferta unique venues, innowacyjny charakter województwa to niektóre z cech przyciągających organizatorów spotkań.

www.lubconvention.pl

Miasto otwarte na event



Gmina Toruń / Urząd Miasta Torunia

ul. Wały gen. Sikorskiego 8
87-100 Toruń
tel.: 56 611 87 52
prezydent@um.torun.pl

Toruń, tętniące życiem uniwersyteckie miasto Kopernikańskich tradycji, słynące w świecie z przepysznych pierników i magicznej starówki wpisanej w 1997 r. na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO.

www.torun.pl | www.visittorun.com

Miasto otwarte na event



Urząd Miasta Katowice

ul. Młyńska 4
40-098 Katowice
tel.: 32 259 38 50
p@katowice.eu

Katowice to prężnie rozwijające się miasto, stolica województwa oraz pierwsza w Polsce metropolia. Świadczy o tym sukces gospodarczy, który odniosło dzięki umiejętnemu łączeniu bogactwa dziedzictwa z nowoczesnością.

www.katowice.eu

ZORGANIZUJ SWOJE NASTĘPNE SPOTKANIE WE WROCŁAWIU

visitWroclaw.eu

Oficjalny serwis turystyczny

Convention Bureau

Wrocław

WWW.CONVENTION.WROCLAW.PL

