

# Event

ooH magazine

ISSN 1689-7358  
9 771689 735002

www.oohmagazine.pl/event | Wydanie 4 | WRZESIEŃ 2016

## EVENT MIX

ANNA FILIPOWSKA  
OLGA KRZEMIŃSKA-ZASADZKA  
ANNA ŁUKANOWSKA  
AGNIESZKA SOŁTYSIAK  
MONIKA SZCZĘK  
KAROLINA WIDAWSKA  
PATRICK DEBA  
MACIEJ DUDZIŃSKI  
MACIEJ DYMIŃSKI  
PAWEŁ KASZTELAN  
TOMASZ MURAWSKI  
JAKUB MARCIN OPARA  
MAREK WASILEWSKI  
MIŁOSZ WÓJCIK  
WOJCIECH ZBROJA

  
**EVENT MIX**

**ADRIANA PIEKARSKA**  
**SKUTECZNY EVENT MARKETING**



# Konferencja: Skuteczny Event Marketing



# EVENT MIX

7.09.2016 | EXPO XXI Warszawa

Wszystko o skuteczności event marketingu, najnowszych trendach, budowaniu relacji oraz prezentacja oferty najlepszych dostawców dla branży eventowej w jednym miejscu – EXPO XXI Warszawa. Konferencja odbędzie się w ramach targów FestiwalMarketingu.pl

## O KONFERENCJI

EVENT MIX, to WYJĄTKOWE spotkanie praktyków i autorytetów w branży służące wymianie doświadczeń i prezentacji najciekawszych case study oraz rozwiązań na rynku eventowym. EVENT MIX to unikalne połączenie prelekcji, paneli dyskusyjnych oraz strefy wystawienniczej.

## DLA KOGO

- dyrektorzy działów: marketingu, PR & HR
- event managerowie
- managerowie działów zakupów
- agencje eventowe
- przedstawiciele domów mediowych

## CEL

Promocja event marketingu, jako skutecznego narzędzia marketingowego. EVENT MIX ma na celu również integrację branży eventowej z marketerami oraz obsługującymi ich domami mediowymi i agencjami. Budowanie dobrych relacji na linii dostawcy – klient.

[www.eventmix.com.pl](http://www.eventmix.com.pl)

## PARTNERZY WYDARZENIA

Partnerzy Strategiczni



Szukaj. Wyceniaj. Zamawiaj online.



Patron Branżowy



Partner Merytoryczny



Partnerzy



sceniczne efekty specjalne



Sponsorzy nagród



Patroni Medialni



## AGENCJE EVENT

20-21	AGENCJA ALLEGRO
22-23	AGENCJA POWER
24	BRANDKREACJA
25	EVENT SHAPER
26-27	EXCLUSIVE EVENT
28	ŁUKANOWSCY EVENTS PARTNERS
30-31	AGENCJA M-DUO
28	AGENCJA PLEJ
32-33	POWEEVENTS
142-143	ŚWIAT EVENTÓW

## OBIEKTY EVENTOWE

50	CENTRUM NAUKI KOPERNIK
52-53	CENTRUM MT POLSKA
59	CFI HOTELS
51	HOTEL CZARNY POTOK RESORT & SPA****
54-55	EXPO XXI WARSZAWA
56-57	INEA STADION
11	IRÚ GUEST HOUSE MALDIVES
58	HOTEL KRÓL KAZIMIERZ ****
60-61	LUBELSKIE CENTRUM KONFERENCYJNE
62	MASURIA HOTEL&SPA ****
65	MCC MAZURKAS
64	MULTIKINO MEDIA
66-67	MUZEUM ŚLĄSKIE W KATOWICACH
63	MY WARSAW RESIDENCE
68-69	CENTRUM KONGRESOWE TARGI KIELCE
70	TROPICAL-ISLANDS
71	WIERZBOWE RANCZO
72	WARSAW PLAZA HOTEL ****

## CATERING

76,77	DELI CATERING
78-79	FIESTA CATERING
80	MOONSFERA
81	MAZURKAS CATERING

## WYPOSAŻENIE EVENTÓW

92	GRUPA ALTASOFT
93,148	ARAM
94,95	BRILL AV MEDIA
96,97	CONFRENZ
98,99	CONFETTI SYSTEM
100,101	EVENTROOM FILIP HAMERLA
102,103	FOCUS LIGHT TEAM TOMASZ MURAWSKI
104,105	GIMBALTV
106	LEŻAKING
108,109	MITKO
110	PLASTIKOWE KRATOWNICE
116	POZYTYWNI I KREATYWNI
112,113	PRO4MEDIA
114,115	RENT DESIGN
111	STUDIO55 POLSKA
116,117	TMSS
118	TRIANGO

## ATRAKCJE NA EVENT

126	AKROBACYCZNE SHOW ANNA FILIPOWSKA
128-129	BZZYK-BAND
130-131	EVEREST CLIMBING
132-133	FAZA
134-135	IMPRERO

## KONFERANSJERZY

138-139	ADELA WARAC
140-141	POWERSPEECH.PL

## GADŻETY NA EVENT

147	ALLBAG, ALLPRINTS
144,145	COOKIE SŁODYCZE REKLAMOWE
29,144	EXPEN
146	FRESH DRINK
123	GIFTSONLINE.PL

## MEDIA

19	EXPROFESSO
73	FORUM EVENTIAL
107	MEETINGPLANNER.PL
127	SBE / EVENT-BIZNES

06 ILE WART JEST PRZEMYSŁ SPOTKAŃ W POLSCE?  
BADANIE WARTOŚCI EKONOMICZNEJ RYNKU MICE  
WYWIAD: KRZYSZTOF CELUCH | POLAND MEETINGS IMPACT

08 SKUTECZNY EVENT MARKETING  
WYWIAD: ADRIANA PIEKARSKA | EXCLUSIVE EVENT

12 POŁĄCZENIE ŚWIATA MODY I EVENTÓW  
O PRACY AGENCJI HOSTESS I MODELEK  
WYWIAD: MONIKA SZCZĘK | AGENCJA M-DUO

14 CZY INWESTYCJA W ODPOCZYNEK PRACOWNIKÓW SIĘ OPŁACA?  
JAK PRZYGOTOWAĆ WYJAZD INCENTIVE?  
WYWIAD: OLGA KRZEMIŃSKA-ZASADZKA | AGENCJA POWER

16 DUŻA AGENCJA EVENTOWA. NIE MA PROBLEMÓW, SĄ TYLKO WYZWANIA!  
WYWIAD: AGNIESZKA SOŁTYSIAK | AGENCJA ENDORFINA EVENTS

18 MŁODA AGENCJA NA RYNKU EVENTOWYM JAK WEJŚĆ  
NA RYNEK I PRZETRWAĆ?  
WYWIAD: ANNA ŁUKANOWSKA | ŁUKANOWSCY EVENTS PARTNERS

34 POLSKA STUDENTKA DOCENIONA. ZAGRANICZNA NAGRODA MPI FOUNDATION  
GLOBAL STUDENT SCHOLARSHIP AWARD DLA POLSKIEGO PROJEKTU  
WYWIAD: KAROLINA WIDAWSKA

36 TREŚĆ I FORMA UMOWY O ORGANIZACJĘ EVENTU  
MACIEJ DUDZIŃSKI | PAŁUCKI TRUSIŃSKI PRAWO I PODATKI

38 JAK ZABEZPIECZYĆ IMPREZĘ MASOWĄ  
PAWEŁ KASZTELAN | ALLIANZ

40 DOBRY EVENT MODOWY TO CIEKAWY POMYSŁ  
I JEGO KONSEKWENTNA REALIZACJA  
WYWIAD: PATRICK DEBA | MUSTACHE

42 EKO-EVENTY MODA CZY KONIECZNOŚĆ?  
WYWIAD: KAROLINA TURSKA-FISZLAK | ENSTANCIA GROUP

44 POMÓŻ INNYM OSIĄGNĄĆ SUKCES, A I TY GO OSIĄGNIESZ  
NETWORKING NA RYNKU EVENTOWYM  
WYWIAD: GRZEGORZ TURNIAK | PREZES AKADEMII REKOMENDACJI

46 EVENTY NA STADIONIE PIŁKARSKIM OD A DO Z  
WYWIAD: JAKUB MARCIN OPARA | PL.2012+

48 PRESTIŻOWE KONFERENCJE  
DRIRENAERISSPA.COM

74 ZŁAPAĆ BALANS W PRZEKRACZANIU GRANIC  
WYWIAD: HUBERT WISIŃSKI | FIESTA CATERING

82 GALA GALI NIERÓWNA. TECHNICZNE ASPEKTY EVENTU  
WYWIAD: TOMASZ MURAWSKI | FOCUS LIGHT

84 EFEKT WOW. NAJBARDZIEJ SPEKTAKULARNE ATRAKCJE  
WYWIAD: MACIEJ DYMIŃSKI | CONFETTI SYSTEM

86 EWOLUCJA W ŚWIECIE MULTIMEDIÓW. CO SIĘ ZMieniŁO NA PRZESTRZENI LAT?  
WYWIAD: MAREK WASILEWSKI | PRO4MEDIA

88 INNOWACJA NA RYNKU CZY STANDARD KONFERENCYJNY?  
APLIKACJA EVENTOWA POD LUPĄ  
WYWIAD: MIŁOSZ WÓJCİK | SOLOMO

90 O KROK PRZED KONKURENCJĄ  
WYWIAD: WOJCIECH ZBROJA | RENT DESIGN

120 EFEKT „WOW” W EVENTACH, CZYLI 5 RAZY „N”  
ADRIANA PIEKARSKA | WWW.EXCLUSIVE-EVENT.PL

124 MOŻLIWOŚCI KOŃCZĄ SIĘ TAM, GDZIE KOŃCZY SIĘ WYOBRAŻNIA  
WYWIAD: ANNA FILIPOWSKA

136 JAK WYBRAĆ SZKOLENIE BRANŻOWE?  
JAKOŚĆ EDUKACJI NA RYNKU EVENTOWYM  
WYWIAD: NINA ŻUKOWSKA | ŚWIAT EVENTÓW



## EVENT MIX 2016

Oddajemy w Wasze ręce już 4. edycję katalogu OOH event!  
W niespełna rok od pierwszego wydania zwiększyliśmy trzykrotnie objętość przy dwa razy większym formacie. Dziękujemy za zaufanie naszym reklamodawcom, prezentującym swoje oferty i wszystkim, którzy z naszymi Czytelnikami podzielili się swoją wiedzą i doświadczeniem. OOH event! to także ciekawa zawartość merytoryczna, którą Państwu polecam.

Liczymy, że katalog OOH event! stanie się stałym narzędziem pracy agencji eventowych i pracowników działów marketingu. Jako jedyne wydawnictwo będzie dostępne na prestiżowych konferencjach marketingowych.

Naszym celem jest promowanie eventu jako skutecznego narzędzia reklamowego. Temu służy niniejszy katalog, serwis [www.oohmagazine.pl/event](http://www.oohmagazine.pl/event) oraz najważniejsze dla nas wydarzenie konferencja EVENT MIX 2016 podczas wrześniowego FestiwalMarketingu.pl

Dziękujemy naszym wszystkim Partnerom bez których realizacja EVENT MIX nie byłaby możliwa.

O sukcesie wydarzenia świadczy fakt, że na dwa miesiące przed terminem zostały wyprzedane wszystkie miejsca. W konferencji EVENT MIX 2016 weźmie udział ponad 200 event managerów, dyrektorów i pracowników działu marketingu oraz agencji reklamowych i domów mediowych. Liczymy, że EVENT MIX będzie doskonałą okazją do nawiązania nowych kontaktów, które zaowocują spektakularnymi realizacjami.

Zapraszam do kolejnej edycji OOH event! przygotowywanej na styczniowe Forum Evential oraz rezerwacji stoisk w strefie EVENT na przyszłorocznym FestiwalMarketingu.pl

Po zakończeniu tegorocznej edycji rozpoczniemy także pracę nad EVENT MIX 2017. Wierzymy, że na stałe wpisze się w kalendarz najważniejszych wydarzeń dla branży EVENT & MICE w Polsce.



Dla pierwszych 10 osób, które polubią nas na Facebooku i wyślą wiadomość o treści „EVENT MIX” wysyłamy prezent niespodziankę. [www.facebook.com/OOHevent](http://www.facebook.com/OOHevent)

**Wydawca:**  
OOH magazine Sp. z o.o.  
Al. Roździeńskiego 86a/IIIc  
40-203 Katowice  
tel./fax + 48 32 206 76 77  
redakcja@oohmagazine.pl  
www.oohmagazine.pl

**Redaktor Naczelna:**  
Katarzyna Lipska-Konieczko  
klipska@oohmagazine.pl

**Z-ca Redaktor Naczelnej:**  
Jaga Kolawa  
j.kolawa@oohmagazine.pl

**Dyrektor Generalny:**  
Robert Zaluski  
rzaluski@oohmagazine.pl

**Dyrektor Sprzedaży:**  
Monika Opalka  
m.opalka@oohmagazine.pl

**Marketing & PR:**  
Magdalena Wilczak  
m.wilczak@oohmagazine.pl

**Event Manager:**  
Andrzej Kuczer  
a.kuczer@oohmagazine.pl

**Dział graficzny:**  
Michał Piechniczek  
m.piechniczek@oohmagazine.pl

**Dział graficzny:**  
Adam Piszczelok  
a.piszczelok@oohmagazine.pl



## ILE WART JEST PRZEMYSŁ SPOTKAŃ W POLSCE? BADANIE WARTOŚCI EKONOMICZNEJ RYNKU MICE

Jakie korzyści ekonomiczne wynikają z organizacji wydarzeń, zarówno dla ich organizatorów, jak i dla gospodarki? Jaka jest wartość rynku? Ruszył projekt Poland Meetings Impact – pierwsze w Polsce, a siódme na świecie badanie, którego celem jest oszacowanie wartości ekonomicznej przemysłu spotkań. O szczegółach opowiada dr Krzysztof Celuch, kierownik projektu Poland Meetings Impact, kierownik Poland Convention Bureau POT.

### ➤ Jakie jest główne założenie i cel badania?

**Krzysztof Celuch:** Badanie a następnie raport Poland Meetings Impact ma zaprezentować wartość ekonomiczną wynikającą z organizacji konferencji, kongresów, spotkań biznesowych, wydarzeń korporacyjnych, targów czy mega eventów w Polsce. Założeniem autorów projektu jest oszacowanie, ile wart jest nieopisany i niezbadany dotąd pod kątem ekonomicznym sektor oraz jaki jest jego wpływ na gospodarkę.

### ➤ Dlaczego warto podjąć takie wyzwanie?

Z pewnością przemysł spotkań w Polsce jest niedocenionym sektorem, a wynika to głównie z niewie-

dy, jak ważną i perspektywiczną jest dziedziną. Po drugie branża ta bardzo mocno się rozwinęła, coraz większe są inwestycje w infrastrukturę oraz efekty tych inwestycji, organizatorzy wydarzeń prezentują poziom doceniany na międzynarodowym rynku, pozycja wydarzenia, jako narzędzia biznesowego także jest coraz silniejsza. Na kilku świadomych swojej wartości i rozwiniętych rynkach zbadano ekonomiczny wpływ organizacji spotkań. Patrząc na te doświadczenia, jesteśmy pewni, że podjęcie się takiego zadania, to ważny krok dla rozwoju branży.

### ➤ Kto stoi za badaniem? Kto je realizował?

Zespół Poland Meetings Impact tworzą oprócz kierownika projektu Krzysztofa Celucha (Poland Co-

vention Bureau POT), prof. Ewa Dziedzic (Szkoła Główna Handlowa w Warszawie), prof. Jadwiga Berbeka (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie) oraz Magdalena Kondas (Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji w Warszawie, MeetingPlanner.pl). Partnerem technologicznym badania jest firma Z-Factor. Założeniem inicjatorów projektu było połączenie w zespole reprezentantów środowiska naukowego i branżowego. Poland Meetings Impact prowadzony jest pod auspicjami MPI Foundation, Polskiej Organizacji Turystycznej oraz MPI Poland.

### ➤ Wiemy, że badanie to złożony proces. Składa się wielu etapów i przygotowań. Jakie są elementy składowe Waszego raportu?

Zgadza się. W przygotowania włożyliśmy ogrom czasu. Wszystko po to, by badanie było jak najbardziej wiarygodne. Opracowanie zakłada analizę wydatków uczestników wydarzeń (pierwsza faza projektu), struktury budżetów organizatorów spotkań (druga faza) oraz obiektów (trzecia faza). Raport zakłada także analizę oraz prezentację statystyk dotyczących organizacji spotkań w Polsce z podziałem na regiony. Dlatego można śmiało powiedzieć, że jest to kompleksowa analiza rynku.

### ➤ Kto wziął udział w badaniu?

W badaniach biorą udział organizatorzy oraz przedstawiciele obiektów. Wśród organizatorów wyróżniono siedem grup: agencje eventowe, agencje incentive travel, organizatorzy kongresów i konferencji, organizatorzy targów, klienci reprezentujący korporacje, stowarzyszenia oraz instytucje publiczne. Obiekty, jakie zostaną podane badaniu, to centra wystawiennicze i kon-

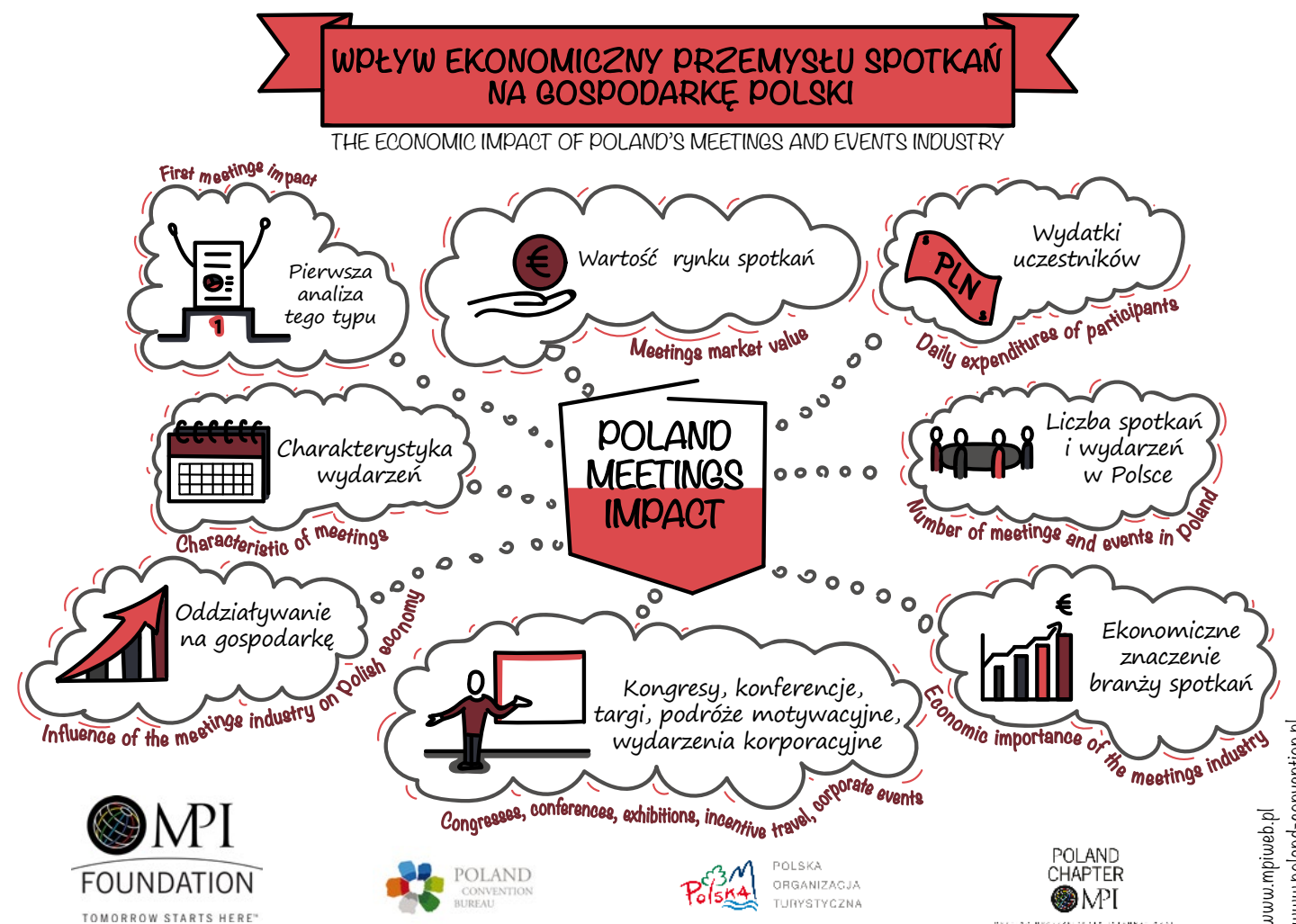
gresowe (wybudowane w konkretnym celu), hotele trzy-, cztero- i pięciogwiazdkowe z zapleczem konferencyjnym o powierzchni poniżej 10 tys. mkw., obiekty kultury, zamki, pałace i dworki, sale konferencyjne w biurach, restauracje posiadające sale konferencyjne oraz szkoły wyższe posiadające takie sale, stadiony sportowe i hale widowiskowo sportowe oraz atrakcje turystyczne z obiektami, które można wykorzystać w celach konferencyjnych i eventowych.

### ➤ W jaki sposób przeprowadzacie badanie i kiedy ujrzy ono światło dzienne?

Ankiety opracowane odrębnie dla każdej fazy projektu, w konsultacji z przedstawicielami branży, zostały rozesłane do respondentów wybranych metodą losową lub pełną, w zależności od liczebności grup. Planowana premiera raportu będzie miała miejsce w pierwszym kwartale 2017 roku.

Rozmawiała Paulina Pięta

**KRZYSZTOF CELUCH** - absolwent AWF, doktor nauk humanistycznych UW. Prorektor w SGTiR. Członek rady wydawniczej czasopisma Problemy turystyki i rekreacji. Wykładowca studium Event Management SBE na UW, profesor wizytujący i kierownik projektów badawczych w San Diego State University. Kierownik Poland Convention Bureau POT. Autor raportu Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce. Założyciel i pierwszy prezes MPI POLAND, członek rady dyrektorów MPI. Przewodniczący kapituły Osobowość Roku MICE Poland, juror MP POWER AWARD oraz Crystal Awards. Wyróżniony jako jedna z 30 osób poniżej 30 roku życia wywierająca największy wpływ na globalną społeczność spotkań. Otrzymał MPI RISE AWARD Young Professional Achievement, Pacesetter Award for Young Professionals by Convention Industry Council, DMAI 30 under 30.





# SKUTECZNY EVENT MARKETING

O sile relacji w event marketingu, współpracy na linii agencja – klient i przepisie na udany event z Adrianą Piekarską, właścicielką agencji Exclusive Event rozmawia Andrzej Kuczera.

## ► Jakie korzyści płyną dla firmy z organizacji eventu?

**Adriana Piekarska:** Na pewno chwilowe zadowolenie pracowników, kontrahentów, klientów, bo ktoś nie lubi być gościem udanej imprezy, zjeść dobrą kolację, posłuchać występu artysty, muzyków. Brzmi wspaniale. Niestety, w rzeczywistości okazuje się, że na dłuższą metę z takiej imprezy niewiele korzyści płynie dla firmy, która ją zorganizowała i – co najistotniejsze – opłaciła. A firma musi zarabiać. Event powinien być inwestycją, która nie tylko zwyczajnie się zwróci, ale też przyniesie dalsze wymierne korzyści. W dzisiejszych czasach nie wystarczy podjąć partnerów biznesowych kolacją, a na koniec pokazać im fajerwerki. Te fajerwerki muszą rozbłysnąć w głowach klientów, kiedy będą oglądali na przykład multimedialny świat stworzony na dany wieczór ściśle związany z produktem czy misją firmy-gospodarza. Gdyby przenieść to na język potoczny powiedziałabym, że event marketing znaczy PRZYJEMNE Z POŻYTECZNYM – to nie tylko organizacja imprez, ale również doskonała promocja firm, marek i idei.

## ► Szerzy Pani ideę, iż event, pod warunkiem, że odpowiednio osadzony w strategii marketingowej

## firmy, może stać się najefektywniejszym narzędziem promocyjnym, jak to możliwe?

To jest jak strzał do tarczy – event marketing trafia tylko w dziesiątkę, bo tylko w nią celuje. Jest skierowany do konkretnych osób, stanowi rodzaj reklamy, angażuje wyobraźnię, wiąże gości z firmą-gospodarzem.

Event marketing, to kompleksowe działania z pogranicza świata fizycznego i wirtualnego. Na potrzeby wydarzenia tworzone są nie tylko scenografie, ale też wizualizacje, interaktywne instalacje, a nawet aplikacje na smartfony i tablety. Należy jednak pamiętać, iż działania eventowe muszą być odpowiednio sprofilowane do poszczególnych aktywności firmy, tak by wpisywać się i odpowiadać na potrzeby każdej grupy. Inne rozwiązania zastosujemy organizując event dla pracowników firmy, inne dla klientów, a jeszcze inne dla kontrahentów, czy mediów. Z badań, jakie przeprowadził Instytut Marketingu Okolicznościowego, czyli właśnie event marketingu, wynika, że 86% uczestników trwale wiąże się z firmą. Jaka inna forma promocji ma taka skuteczność?

## ► Jest Pani współorganizatorem konferencji Silesia Marketing Day, która poświęcona będzie m.in. event marketingowi. Jaki jest cel tego przedsięwzięcia?

Zależy mi, aby branża eventowa rozwijała się, jest to mój osobisty interes, zarówno w sensie biznesowym, jak i prestiżowym. Celem samej prelekcji dot. event marketingu jest ukazanie korzyści związanych z prowadzeniem kampanii event marketingowych oraz wzmocnienie autorytetu samego event marketingu poprzez pokazanie uczestnikom nowoczesnych form promocji i budowania wizerunku marki, jak również udowodnienia, iż długofalowe planowanie wydarzeń jest na miarę złota. Zagraniczni gracze już jakiś czas temu zauważyli, że pojedyncze wydarzenia nie wystarczą. By osiągnąć zamierzony cel – czy to silnego związania klienta z marką, czy zacieśnienia relacji biznesowych, czy też zintegrowania pracowników – należy działać długofalowo. Kampanie zintegrowane to od lat światowy trend w kreowaniu wizerunku marki oraz jej promocji. Podczas konferencji chciałabym również zwrócić uwagę na mechanizm, o którym wiele się mówi, jednakże trudniej, gdy trzeba go wprowadzić w życie – a mianowicie o wskaźniku rentowności danych działań (tutaj działań w przemyśle spotkań) – tzw. ROI (z ang. return on investment). Będzie to pierwsza tego typu konferencja na Śląsku.

## ► Jaką dałaby Pani radę osobom, będącym po drugiej stronie – Zleceniodawcom, którzy wielokrotnie stoją przed dylematem wyboru agencji?

Działamy w branży, w której niezwykle ważna jest siła relacji, wzajemne zaufanie i gwarancja jakości. Dlatego, gorąco zachęcam do „kupowania” agencji, a nie ofert, scenariuszy, czy kalkulacji, które nie są w stanie oddać prawdziwego ducha organizacji. Zachęcam do tego, by pozwolić sobie na wybór odpowiedniego partnera, który nie tylko przygotowuje zaskakującą kreację, ale i doradzi, poszuka oszczędności oraz pomoże zainwestować posiadane środki tak, by osiągnąć oczekiwany efekt WOW, którego tak bardzo oczekują od nas odbiorcy eventów. Najbardziej efektywne, a zarazem efektowne kreacje powstają podczas wspólnych spotkań – kiedy to mamy możliwość stworzenia jednej, spójnej wizji, bazując zarówno na naszej wiedzy i doświadczeniu, jak również w oparciu o strategię funkcjonowania firmy, dla której event ma być zorganizowany. Biznesowa chemia jest tutaj niezbędna.

## ► Czy to oznacza, że nie przystępuje Pani do przetargów, w których nie ma możliwości spotkania z klientem i poczucia wspomnianej wyżej „chemii”?

Rzadko przystępujemy do jakichkolwiek przetargów. Event jest dla mnie tak „miękkim” tematem, iż ciężko jest bez bardzo wnikliwej analizy firmy klienta i jego potrzeb przygotować projekt szyty na miarę, a jeszcze trudniej, gdy nie mamy możliwości spotkania i porozmawiania w cztery oczy, nie mówiąc już o sytuacji, gdzie mamy określony budżet i porównywane są tabelki w Excelu. Gorąco zachęcam również do podawania budżetów lub chociaż widełek budżetowych – dzięki temu agencja już na etapie planowania wydarzenia może poszukać oszczędności czy alternatywy dla poszczególnych elementów oferty, tak by zachowując najwyższą jakość usług, zoptymalizować koszty.

## ► Czy w branży eventowej można współpracować wiele lat z tymi samymi klientami? Czy nie jest tak, że pomysły się czasami kończą i klient szuka czegoś świeżego, nowego?

Pracujemy głównie ze stałymi klientami. Wiele lat kooperacji sprawiło, że zbudowaliśmy z nimi bardzo stabilną i bliską relację, opartą na ogromnym zaufaniu, partnerskim podejściu i niemalże bezbłędnym zrozumieniu potrzeb i oczekiwań. Po co więc mielibyśmy to zmieniać, kiedy wiele lat pracowaliśmy nad tym, by właśnie taki model biznesowy wypracować. Trzeba wziąć również pod uwagę, że na organizatorach wydarzeń spoczywa ogromna odpowiedzialność, a poczucie bezpieczeństwa jest w takich przypadkach niesłychanie ważne. Dlatego jeśli już znajdzie się partner, któremu można powierzyć jakże ważną część działań marketingowych, nie widzę sensu, by to zmieniać. Oczywiście niezwykle ważne jest to, by dbać o tę relację, łamać konwenanse, proponować innowacyjne i zaskakujące rozwiązania tak, aby Goście, którzy przybędą na event, nie odczuli, że jest on „odgrzany obiadem” sprzed roku.





► **Bycie kobietą w tej branży pomaga, czy przeszkadza?**

Ani jedno, ani drugie. Jeżeli facet bredzi na spotkaniu, to nikt go nie potraktuje serio. Podobnie jak nieprofesjonalnej kobiety. Jeśli robi się to, co się kocha, płeć nie ma znaczenia. Nie może mieć. Nie posługuję się kobiecością w pracy, nie wykorzystuję jej. Nie powiem, że zawsze jest cukierkowo. Nie sposób nie wspomnieć o trudnościach, jakie spotykam na swojej drodze jak np. skomplikowana logistyka, ząbwiąjące się montaż, kilkudziesięciu podwykonawców do okieznania w jednym miejscu, zmiany w zamówieniach i scenariuszach czy ciągła walka z czasem i odległością. Ale na wszystko jest lekarstwo. Gdy jest już naprawdę ciężko, zakładam kombinezon, kask i w zależności od pory roku – albo upajam się wolnością na czterokołowcu, albo eksploruję górskie trasy na snowboardzie. Twardo stąпам po ziemi – w życiu, i w pracy. Uważam, że to, co robię, mimo konieczności posługiwania się liczbami na co dzień, ma w sobie element sztuki, kreacji. Każdy klient i każde wyzwanie oznacza wejście do zupełnie nowego świata. I ten świat jest zdecydowanie mój.

► **Czy to znaczy, że nie ma dwóch takich samych eventów?**

Przytoczę słowa Wisławy Szymborskiej: „Nic dwa razy się nie zdarza (...) nie ma dwóch podobnych nocy”. Przewagę konkurencyjną mojej agencji buduję dokładnie na tym przekonaniu. Używając analogii ze świata kobiecego to tak, jakby zamówiony u projektanta jedyny wyjątkowy i niepowtarzalny model sukienki spróbować uszyć na inną kobietę. Nie ma możliwości, aby jeden do jednego, przelać scenariusz przygotowany dla jednego Klienta - na kolejnego. Możemy wykorzystać to samo miejsce, catering, wybrane i sprawdzone elementy z innych wydarzeń, jednak całość musi komunikować spójnie wizję i cel eventu pod indywidualne potrzeby danej firmy, zaproszonych gości, okoliczności czy okazji.

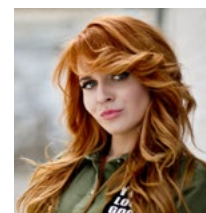
► **Czy istnieje przepis na udany event?**

Według wybitnego włoskiego reżysera, Michelangela Antonioniego udany film, to taki, którego nie można opowiedzieć. Po prostu trzeba go zobaczyć. To samo można powiedzieć o udanym evencie. Naszym celem jest sprawić, aby goście – opowiadając o spędzonym z nami wieczorze – mówili: „Tego się nie da opisać. To trzeba zobaczyć”.

► **W wieku 20 lat rozpoczęła Pani przygodę z własną firmą eventową, a dziś po ponad 10 latach agencja Exclusive Event jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych marek na rynku, jaka jest Pani recepta na sukces?**

Trzeba być bezwstydnie zakochanym w tym, co się robi ... Bardzo ważne jest też poczucie sensu - i choć inni wielokrotnie będą pułkać się w głowę, nie można ani przez moment zwątpić w swoje marzenia oraz pragnienia. Trzeba się wyróżniać i powinien wiedzieć to każdy, kto kiedykolwiek próbował zaistnieć w jakimkolwiek biznesie. Jednak branży eventowej dotyczy to bardziej, niż jakiegokolwiek innej. Kreatywność. Otwartość. Przebojowość. Żeby odnieść sukces, należy wykreślić ze słownika słowo „niemożliwe”. Nie zastanawiam się CZY?, tylko JAK? Nie idę utartymi ścieżkami, ale wyznaczam nowe. Własne. I tego życzę każdemu, kto poszukuje swojej drogi do sukcesu... a czarodziejskie metody na osiągnięcie sukcesu, zostawmy czarodziejom.

Życzę pani wielu takich zwycięstw.  
Bardzo dziękuję za rozmowę.



**ADRIANA PIEKARSKA** - w wieku 20 lat rozpoczęła swoją przygodę z własnym biznesem, dziś, po 10 latach jej firma – Exclusive Event – jest liderem na polskim rynku eventowym. Jest właścicielem marki Event Marketing Institute zajmującej się edukacją w zakresie event marketingu. Trener biznesu, szkoleniowiec, praktyk, finalistka konkursu Bizneswoman Roku 2015, dwukrotna finalistka konkursu Osobowość Roku w branży Mice 2012 oraz 2014. Jest żywym przykładem na to, że chcieć oznacza moc, a na pytanie: „Co ważniejsze w biznesie: pewność siebie czy pracowitość?” – odpowiada – „A co ważniejsze w rowerze: przednie czy tylne koło?”.



# IRÚ GUEST HOUSE Maldives



Whatsapp +39 3386771000 | Viber +960 969-3825 | iruguesthouse@hotmail.com  
Mówimy po polsku



Fotograf: Hubert Jim Zieliński  
Stylizacja: Katie December  
Makijaż i włosy: Beata Godlewska  
Crazy Make Up Team

## POŁĄCZENIE ŚWIATA MODY I EVENTÓW O PRACY AGENCJI HOSTESS I MODELEK

Nie wszyscy organizatorzy mają świadomość różnicy w jakości, która wynika z zatrudnienia agencji hostess i modelek podczas eventu. Co wnosi taka współpraca? Jak przygotowane są modelki? O tajnikach pracy agencji opowiada Monika Szczek, współwłaścicielka agencji M-DUO.

### » Od kiedy zajmują się Państwo łączeniem świata eventów i modelek? Jakie usługi oferujecie organizatorom?

**Monika Szczek:** Agencję prowadzimy od 2007 roku, więc już prawie 10 lat. Współpracujemy z wieloma agencjami eventowymi w całej Polsce, jak również poza granicami kraju. Na wydarzenia proponujemy nie tylko modelki/modeli, hostessy czy hostów, ale również animatorów, promotorów, fordanserki, obsługę techniczną, koordynatorów, fotografów, charakterystatorów, stylistów, makijażystów, czy krawcowe. Dodatkowo zajmujemy się wynajmem robotów, samochodów filmowych oraz Ninebotów (Segway).

### » Jakimi realizacjami możecie się pochwalić, jeśli chodzi o największe eventy?

Największą realizacją jaką do tej pory obsługiwalismy była Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy, obslu-

ga strefy Play i Mastercard. Zatrudniliśmy wtedy 150 osób – ponad 100 osób pracowało w Warszawie, reszta na terenie Polski. Tak duże zlecenia wymagają dopracowania wielu szczegółów i logistyki, nakładu pracy na wiele tygodni wstecz. Poczucie spełnienia po zakończeniu takiej realizacji jest nie do opisania. Kolejna realizacja Woodstock – najpiękniejszy Festiwal Świata! Absolutnie się z tym zgadzam. W 2005 roku byłam na Przystanku Woodstock pierwszy raz i zauroczyłam się tym wydarzeniem. Kilka lat później dostaliśmy pierwsze zlecenie na tymże festiwalu. Realizacja takiego wydarzenia rozpoczyna się już wiele tygodni wcześniej. Pracują nasi animatorzy, hostessy, gości, koordynatorzy oraz pracownicy techniczni.

Bardzo ważną realizacją było również otwarcie pierwszego w Polsce salonu Lamborghini, gdzie oprócz zapewnienia personelu organizowaliśmy pokaz mody, najnowszej ekskluzywnej kolekcji Lamborghini. Na co-

dzień staramy się być praktycznie na każdej realizacji, dopilnować osobiście wszystkiego.

### » Czy zauważa Pani zmiany na rynku eventowym na przestrzeni lat? Jak układały się relacje kilka lat temu, jak jest teraz?

Oczywiście, że rynek eventowy zmienia się, choć nie zawsze w dobrym kierunku. Klienci oczekują wysokiego poziomu usług, po najniższych kosztach i to nie jest dobra zmiana. Moim zdaniem rynek psują niektóre nowo powstałe agencje, które za wszelką cenę chcą zdobyć klienta. Nie licząc się z konsekwencjami w przyszłości, godzą się wykonać usługę praktycznie po kosztach. Klienci później używają argumentów, że w innej firmie zrobią to taniej, co nie zawsze idzie w parze z jakością. Niestety, zdarzają się również przykre sytuacje, kiedy nieuczciwe agencje eventowe, organizatorzy, próbują

kontaktować się z pracownikami, bezpośrednio za plecami agencji. Jest to bardzo dotkliwe, ponieważ w branży powinniśmy się wzajemnie szanować. Z naszymi stałymi klientami tworzymy już branżową rodzinę, współpracujemy od kilku lat. Zawsze znajdujemy złoty środek podczas negocjacji. To są bardzo cenne relacje, ufamy sobie wzajemnie. Klient wie, że zadbam o najmniejszy szczegół tak, aby był w pełni usatysfakcjonowany z naszej obsługi.

### » Czym różni się praca na polu agencja - organizator eventu od pracy np. w promocji? Czy wymaga więcej poświęcenia i czasu, czy wręcz przeciwnie?

Wszystko zależy od skali eventu czy promocji. Event zazwyczaj bywa jednodniowy i w jednym miejscu, tutaj ważna jest koncepcja projektu i dopracowania każdego szczegółu związanego z wizerunkiem marki klienta. Promocje pod tym względem są łatwiejsze w realizacji, ale występują jednocześnie w tym samym czasie i w wielu miastach Polski, przez co wymagają więcej czasu na przygotowanie, logistykę czy przeszkolenie personelu. Są to wydarzenia, które potrzebują dopieszczenia w innych obszarach.

### » Jakie korzyści przynosi współpraca z agencją hostess/modelek dla organizatora i uczestników?

Po pierwsze wprowadza spokój i pozwala zaoszczędzić wiele czasu. Organizator eventów, angażując agencję w roli podwykonawcy, zdejmując z siebie ciężar koordynacji zadań, za które ona ponosi odpowiedzialność. Po drugie robiąc wiele rzeczy na raz, nie jesteśmy w stanie zrealizować ich dobrze. Rolą organizatora powinna być koordynacja działań podwykonawców, którzy najlepiej znają się na swojej profesji.

### » Rozpoczyna się współpraca z klientem. Co dalej? Czy organizatorzy mają zazwyczaj preferencje czego chcą dokładnie, czy zdają się na agencję w 100%?

To zależy. Czasami klienci przedstawiają dokładne wytyczne, również bardzo często zdają się na wizję agencji w zakresie powierzonych zadań. Taka sama sytuacja występuje, gdy chodzi o dobór personelu do pracy. Często klienci sami chcą wybrać, zrobić selekcję. W większości przypadków jednak ufają agencji, która dobiera osoby do obsługi na dany event.

### » Jakie funkcje mogą pełnić osoby podczas eventu z Państwa firmy? Proszę podać kilka inspirujących przykładów z dotychczasowych realizacji.

Ile wydarzeń, tyle ról. Na tym rynku trzeba być elastycznym. Event manager, konferansjer, supervisor, koordynator, hostessy/hości, modelki/modele, fordanserki, animatorzy, promotorzy, obsługa techniczna, obsługa szatni, kierowcy, jak również stylistki,



makijażyści, wizażyści, fryzjerzy, fotografowie i postawie tutaj trzy kropki... ponieważ przygotowujemy naszych pracowników do odgrywania różnych funkcji, więc wszystko zależy od wyobraźni organizatora.

### » Czy zdarzyła się Państwu podczas eventu historia warta podzielenia się? Proszę się pochwalić.

Jednym z takich miłych wspomnień jest koncert Slasha w Ergo Arenie w Łodzi na zlecenie Antyradia. Nasze piękne hostessy rozdały wyprodukowane przez nas dwa tysiące kapeluszy, które poleciały w górę przy piosence „Nightrain” z repertuaru Guns N’ Roses. Nasze zdjęcia udostępnił na swoim profilu perkusista Slasha Brent Fitz i w ten sposób o istnieniu naszej agencji dowiedział się cały świat! :)

Rozmawiała Paulina Pięta

**MONIKA SZCZĘK** - założycielka i współwłaścicielka agencji M-DUO. Absolwentka Wyższej Szkoły Turystki i Języków Obcych w zakresie – Komunikacja Społeczna w Turystyce. Obecnie Studiuje Psychologię na Uniwersytecie SWPS. W branży eventowej od 15 lat. Założyła agencję M-Duo w 2007 roku. Firma działa na terenie całej Polski jak również w Europie. Obsługują wszelkiego rodzaju eventy, zarówno małe jak i te bardzo duże firmy. Optymistka z natury, pełna energii i pasji do tego co robi. Kocha ludzi i pracę z nimi. Uwielbia koncerty i czytanie książek.



Martyna Gardocka

Jako hostessa współpracuję z M-DUO models od ponad 2 lat. Po tym czasie, w pełni świadomie mogę stwierdzić, że trzeba mieć szczęście, żeby spotkać tak zyczeniwe osoby, jak Monia i Piotr, którzy tworzą tę firmę. Jest to agencja, która wyróżnia się klasą, perfekcjonizmem, zaangażowaniem i sumiennością. Każdy event z M-DUO models oparty jest nie tylko na trosce o klienta, ale przede wszystkim – dbałości i szacunku do hostess, czy modelek. Dzięki temu, dziewczęta mogą traktować swoją pracę poważnie, przy tym wykonując ją z przyjemnością. W mojej opinii jest to agencja na najwyższym poziomie!





## CZY INWESTYCJA W ODPOCZYNEK PRACOWNIKÓW SIĘ OPŁACA? JAK PRZYGOTOWAĆ WYJAZD INCENTIVE?

Firmy zaczęły coraz bardziej doceniać pracowników. Jedną z form ich motywowania oraz podnoszenia efektywności codziennej pracy jest wspólny wyjazd typu incentive. Jak wygląda ten rynek, jakie korzyści przynosi pracodawcom oraz jak krok po kroku przygotować wyjazd incentive opowiada Olga Krzemińska-Zasadzka, właścicielka Agencji Power, zajmującej się wyjazdami typu incentive.

### ➤ Ostatnio wszędzie wokół słychać incentive. Proszę zdefiniować na czym dokładnie polegają wyjazdy tego typu?

**Olga Krzemińska-Zasadzka:** Incentive travel to innymi słowy podróże do atrakcyjnych miejsc organizowane dla klientów lub pracowników, które finansują pracodawcy. Jest to forma nagrody, która motywuje dystrybutorów czy handlowców do dalszego skutecznego działania, pobudza entuzjazm i wzmacnia ich lojalność wobec firmy czy przełożonych. Stanowi sygnał dla uczestników, że firma widzi i docenia ich starania i zaangażowanie. Dlatego jest to bardzo ważny element zarządzania – zatrudnieni doceniają to, że szef również angażuje się w relację i wyraża swoją wdzięczność. Tym sposobem zapewnia się równowagę w relacjach między pracodawcą a pracownikami oraz napędza dynamikę działania zespołu.

### ➤ Jakie są cele wyjazdów incentive? Czy również integracja, czy tylko odpoczynek i relaks?

Istnieje bardzo wiele odmian wyjazdów incentive. Różnią się one sposobem realizacji, ale ich głównym celem jest zawsze nagroda i motywacja – czy to kadry, czy partnerów biznesowych. Wyjazdy incentive to inwestycja w pracowników czy kluczowych klientów – wydanie 100 tys. zł na wyjazd może w przyszłości zaoszczędzić dużo większe kwoty związane chociażby z zatrudnianiem i szkoleniem nowych pracowników. Firmy odnoszą dzięki takiej inwestycji konkretne korzyści, m.in.: uczestnicy stają się bardziej lojalni i identyfikują się z firmą, przez co zmniejszają się koszty ich fluktuacji. Ponadto jest to doskonała okazja do integracji zespołu i lepszego poznania się, co pozytywnie przekłada się na procesy komunikacji w firmie. To z kolei zwiększa efektywność pracy. Incentive travel pomaga także budować po-

zytywny wizerunek firmy jako atrakcyjnego pracodawcy.

### ➤ Dawniej wyjazd służbowy kojarzył się tylko ze szkoleniem. Kiedy nastąpił boom na incentive i dlaczego tak się stało?

Wyjazdy incentive pojawiły się w Polsce w połowie lat 90. Duże przedsiębiorstwa zaczęły wykorzystywać je jako narzędzie w zarządzaniu zespołami. Od tego czasu wiele się zmieniło. Pamiętam, że zanim incentive stał się popularny, mój znajomy, który wrócił z wyjazdu biznesowego z Wiednia, z wielkim zachwytem opowiadał o wyjściu na kolację i do opery po spotkaniu biznesowym. Wtedy to było coś niezwykłego, co robiło wrażenie. Gdy pojawiła się możliwość egzotycznych podróży, szybko okazało się, że stały się one świetną formą nagrody i motywacji, gdyż Polacy uwielbiają podróżować. Dzieje się

tak dlatego, że dobrze zorganizowany wyjazd motywacyjny przynosi wymierne rezultaty. Pamiętajmy, że dobra organizacja oznacza spójność ze strategią i wizerunkiem firmy.

### ➤ Pracownicze wyjścia na paintball to już historia. Klienci są coraz bardziej wymagający. Co oryginalnego organizator może zafundować firmie? Jak Wy działacie?

Przede wszystkim trzeba zadbać, by oferta wyróżniała się innowacyjnością i była na czasie. Starać się przewidzieć potrzeby klientów i w każdym sezonie zaproponować nowe spektakularne miejsca. Nasza agencja w ofercie ma zarówno ekskluzywne rejsy katamaranami po Karaibach, jak i regaty czy rafting. Jeśli miałabym wymienić dwie rzeczy, które nas charakteryzują, to byłyby to autentyczna znajomość miejsc, do których jeździmy i nasze zamiłowanie do aktywności i sportu. To nas wyróżnia, bo w zasadzie dla każdego członka naszego zespołu pasją stała się praca. Robimy to, co kochamy.

### ➤ Ile powinien trwać wyjazd pracowniczy, by był optymalny i przynosił zamierzony skutek?

Wszystko zależy od tego, co chcemy osiągnąć. Incentive to nie tylko kilkunastodniowe wyjazdy w egzotyczne miejsca. To także imprezy odbywające się w ramach jednego wieczoru, często z osobami towarzyszącymi. Aby wyjazd był udany, należy dopasować go do zespołu, do ludzi, którzy pracują w firmie oraz do strategii wizerunkowej. To wszystko z kolei wpływa na długość trwania wyjazdu. Jeżeli jednak miałabym wskazać średnią, to byłyby to 3 – 4 dni.

### ➤ Pracownicy w firmach są naprawdę różni. Jak zaspokoić potrzeby wszystkich uczestników wyjazdu?

To jest jedno z największych wyzwania. Jednocześnie ten element przygotowywania wyjazdu często jest niedoceniany przez agencje. Zawsze szczerze i otwarcie należy rozmawiać z klientem, zanim pojawi się propozycja. Dlatego pierwszym krokiem powinny być wywiady z pracodawcą i pracownikami. Należy przeprowadzić ankiety, poznać zespół, zebrać informacje bezpośrednio od nich. Znajdujemy również wrażliwe kwestie – na przykład to, jak na wyjazd reaguje małżonek – to bardzo ważne. Takich szczegółów jest więcej, nie powinniśmy o nich zapominać. Z doświadczenia wiemy, że starsi pracownicy wolą krótsze wyjazdy, bo mają zobowiązania w postaci rodziny. Zawsze należy brać to pod uwagę. Program przygotowujemy w tak różnorodny sposób, by każdy znalazł



w nim coś dla siebie. Różnorodność jest tu kluczem do sukcesu.

### ➤ Często zdarza się, że ludzie nie chcą brać udziału w przygotowanych zajęciach?

Takie sytuacje należą do rzadkości. Dobre przygotowanie, jak już wcześniej wspomniałam, potrafi rozwiązać każdy problem. Propozycje wyjazdów powinny być tak przemyślane, by przez cały czas wszyscy byli zajęci. Z drugiej strony uczestnik zawsze powinien mieć możliwość swobodnego wyboru, czy chce uczestniczyć w zajęciach lub wyjeździe, czy nie. Zachęcamy ciekawymi atrakcjami, ale nie wywieramy presji, bo to przynosi skutek odwrotny do oczekiwanego.

### ➤ Jak wygląda rynek incentive? Czy konkurencja jest duża?

Rynek wyjazdów incentive to rynek ciągłych dynamicznych zmian. Funkcjonujące na nim podmioty muszą być gotowe do szybkiej adaptacji zmieniających się wymagań i potrzeb klientów, ale także do zmian w propozycjach destynacji w czasach zagrożenia terroryzmem, kataklizmami. Na rynku funkcjonuje kilkanaście agencji, które potrafią nadążyć za zmieniającymi się wymaganiami. Wyjazd motywacyjny to nieoceniona forma nagrody i powinien być zapamiętany przez uczestników jako coś wyjątkowego. Dlatego my jako agencja zawsze staramy się tworzyć atrakcyjne programy, które w autentyczny sposób wpisują się w aktualną strategię naszych klientów.



### ➤ Jaka jest przyszłość tego typu eventów? Czy trendy przychodzą do nas z zagranicy?

Rynek wyjazdów incentive rośnie z roku na rok, gdyż coraz więcej firm przekonuje się, że inwestycja w pracowników jest opłacalna. Oczywiście wiele inspiracji przychodzi do nas z zagranicy – to cecha polskiego rynku, że lubimy mieć wypróbowane rozwiązania, ale pokazujemy je we własnej odsłonie. O ile kiedyś wyjazdy incentive były organizowane bardziej eksperymentalnie i nie zawsze z oczekiwanym skutkiem, o tyle dziś stają się naprawdę ciekawe i angażujące. Myślę, że będziemy starali się organizować je coraz lepiej, tak aby skutecznie spełniały swoją rolę.

Rozmawiała Paulina Pięta

**OLGA KRZEMIŃSKA-ZASADZKA** - managing director Agencja Power, v-ce prezes zarządu Stowarzyszenia Branży Eventowej. Absolwentka Szkoły Głównej Handlowej i Wyższej Szkoły Biznesu i Administracji im. Koźłuka w Warszawie. Zaczęła swoją przygodę w branży od wyjazdów narciarskich w 1997 r., turniejów squash-a (w latach 2002-2004 Wicemistrzyni Polski w Squash-u) oraz wydarzeń i wyjazdów sportowych i motoryzacyjnych. Przyczyniła się do zdobycia nagród: Solidna Firma, Platynowy Certyfikat Polish Product, Firma Roku, MP Power, medalu Meeting Planner w kategorii Wydarzenie/Usługa Roku, laureata Polskiego Internetu w kategorii Rozrywka i Rekreacja oraz certyfikatu Wiarygodna Firma. Członek Stowarzyszeń: SBE, SKKP, SOIT, Site.



## DUŻA AGENCJA EVENTOWA NIE MA PROBLEMÓW, SĄ TYLKO WYZWANIA!

Mówi się, że agencji eventowych jest jak przysłowiowych grzybów po deszczu. Największe przedsięwzięcia obsługiwane są jednak przez duże agencje, posiadające ogromne zaplecze i doświadczenie. Do takich z pewnością należy endorfina events. Za każdym sukcesem stoją ludzie pełni pasji, pomysłów na niestandardowe rozwiązania i z chęcią do rozwijania się. To do nich należy organizacja najbardziej prestiżowych projektów, ocenianych w konkursach branżowych. Jak funkcjonuje duża agencja eventowa? Na jakie cele jest nastawiona? W jaki sposób rozwija swoje skrzydła? Na te pytania odpowiada Agnieszka Sołtysiak, współzałożycielka i dyrektor finansowy agencji endorfina events.

### ➤ Na czym polega sukces endorfina events? Czy to kwestia oryginalnego pomysłu na dany event, wywiązywania się z terminów, skali przedsięwzięć, ludzi składających się na zespół?

Agnieszka Sołtysiak: Siła endorfina events leży przede wszystkim w naszym zespole. To zgrana grupa profesjonalistów. Doceniam to tym bardziej, że w takim zbiorowisku indywidualistów jest szczególnie trudne. A my oprócz tego, że zawsze staramy się ze sobą rozmawiać, po prostu się lubimy. To wewnętrzna komunikacja ma decydujący wpływ na sukces naszej agencji. Ale to oczywiście tylko jedna ze składowych naszego powodzenia.

### ➤ Od czego zaczynaliście jako agencja eventowa? Czy od razu postawiliście na

### zlecenia od dużych firm czy może było to podejmowanie mniejszych realizacji?

Startowaliśmy praktycznie od zera. Zaczynaliśmy na wynajętym poddaszu z dwoma biurkami i głowami pełnymi marzeń. Agencję założyliśmy w 2009 roku i na początku działalności realizowaliśmy niewielkie projekty. Aż przyszła połowa roku i wygraliśmy nasz pierwszy duży przetarg. To było otwarcie Portu Łódź. Był to wtedy dla nas gigantyczny sukces. Wygraliśmy z naprawdę dużymi i znanymi agencjami. Mieliśmy świadomość, że będziemy mieć na koncie realizację, która może otworzyć nam drzwi do startowania w dużych przetargach.

Myślę, że podstawową barierą, która ogranicza niewielkie agencje do brania udziału w dużych przetargach, to brak zaplecza finansowego na realizację oraz dobrego, zgranego zespołu, gotowego sprostać gigantycznemu wymaganiu, jakim jest skomplikowany,

bardzo duży i wielopłaszczyznowy event. Nam wtedy się udało. Wisienką na torcie była prestiżowa nagroda branżowa, jaką otrzymaliśmy za ten projekt. Posiadanie w portfolio pierwszej dużej własnej realizacji dla tak znaczącego na rynku klienta, dało nam możliwość brania udziału w kolejnych dużych przetargach. Wiadomo, że duże realizacje, to duże pieniądze. A te pozwoliły nam na zatrudnienie pierwszych stałych pracowników. Mimo, że od tej realizacji minęło już 7 lat, wciąż jako talizman trzymam zaproszenie na ten event.

### ➤ Zalando, H&M, Onet, Ekstraklasa, T-mobile, Facebook - takimi klientami możecie się pochwalić. Czy jest może jakaś współpraca, z której jesteście wyjątkowo dumni?

Nie tylko tymi. W portfolio agencji takich klientów jest dużo więcej. Każda podpisana umowa to dla nas ko-

lejny powód do świętowania, a każdy wygrany przetarg, to powód do dumy. Wszystkie zlecenia są dla nas ważne, a każdego klienta staramy się traktować tak samo. Jeśli podejmujemy się realizacji podchodzimy profesjonalnie, bez względu na jej budżet. Tak duże grono klientów w naszym portfolio, wskazuje tylko na to, że praca endorfinowego zespołu jest doceniana na eventowym rynku.

### ➤ Czy praca przy największych wydarzeniach w Polsce nie wprowadza pewnego rodzaju monotoni? Czy nie macie poczucia, że już żaden klient nie jest w stanie zaskoczyć Was zleceniem?

Ludzie pracujący w branży eventowej, wybierają ten zawód między innymi dlatego, że cechuje go brak powtarzalności jakichkolwiek działań i ciągle wyzwania. Każdy kolejny event jest szczególny, wyjątkowy i niepowtarzalny. I to lubimy najbardziej w endorfina events. Ciągłe wyzwania i brak nudy - to jest to, co nas kręci. Dlatego, odpowiadając na pytanie, ta praca nigdy nie jest monotonna.

### ➤ Trzeba przyznać, że na rynku agencji eventowych konkurencja jest ogromna. Czy według Was rynek jest już przesycony?

Agencji eventowych rzeczywiście jest mnóstwo, a do jednego worka wrzuca się małe, kilkuosobowe agencje butikowe razem z tymi największymi. Z drugiej strony klientów też jest coraz więcej, ponieważ event marketing w Polsce rozwija się bardzo prężnie i coraz więcej firm dostrzega wagę profesjonalnie organizowanych eventów jako naprawdę skutecznego narzędzia w rękach marketingowców. Więc praca jest dla wszystkich, ale trzeba sobie szczerze powiedzieć, że mała agencja, czy butik eventowy nie są jednak w stanie równolegle realizować kilku eventów. Mając ograniczone zasoby ludzkie, często skupiają się na jednym, wybranym kliencie, co siłą rzeczy blokuje rozwój.

My od początku chcieliśmy dużo działać i dlatego też skupiliśmy się na budowie profesjonalnego zespołu, który jest w stanie zrealizować równolegle kilka dużych projektów i robić to na bardzo wysokim poziomie.

### ➤ Jak przez lata endorfina events utrzymywała swoją pozycję w branży?



### Czy spotkały Was trudniejsze momenty? Jeśli tak, to jakie?

Cały czas budujemy swoją pozycję i mamy świadomość, że przed nami wciąż dużo do zrobienia, zanim będziemy mogli o sobie powiedzieć, że jesteśmy top of the top. Chcemy być coraz lepsi i z radością zauważamy, że pozycja endorfiny staje się z roku na rok silniejsza na rynku. Utrzymujemy ją ciężką pracą, zaangażowaniem w realizowane projekty i ciągłym poszerzaniem portfolio klientów. Ale też cały czas podnosimy sobie poprzeczkę. Rozwijamy się organicznie, inwestujemy w rozwój zespołu, szkolenia i poszerzenie kompetencji agencji. Oczywiście, problemy się zdarzały i wciąż zdarzają, ale to nieuniknione przy tak dużej ilości organizowanych przedsięwzięć. Przy zaangażowaniu dużej grupy ludzi, charakteryzującej się silnymi i zróżnicowanymi charakterami, to nawet normalne. Zawsze jednak powtarzamy: Nie ma problemów, są tylko wyzwania!

### ➤ Czy podczas dużych eventów często zdarzają się niespodziewane sytuacje? Jakie macie sposoby na takie małe kryzysy?

Te małe kryzysy na pewno się zdarzają, ale, na szczęście niezbyt często. Przykładem tego rodzaju momentów mogą być sytuacje, w których klient dokonuje zmian w scenariuszu, na których wdrożenie praktycznie nie ma już czasu. To oczywiście wywołuje stres, ale taka jest rola eventowców, by szybko i sprawnie reagować na zaistniałe zmiany i dokonywać rzeczy niemożliwych. Czasem zaskakująco działa proza życia i zdarzają się sytuacje, gdzie na przykład mimo zabezpieczenia się trzema agregatami, wszystkie nagle przestają działać. W takich momentach trzeba być opanowanym, dobrze przygotowanym na tego rodzaju chwile, błyskawicznie rozwiązać wszystkie problemy, nie dać się stresowi i oczywiście zawsze mieć dokładnie przepracowany plan B.

### ➤ endorfina events jest często doceniana i nagradzana. Jak Wy to robicie?

Po prostu jesteśmy dobrzy i mamy świetnych klientów, którzy dają nam możliwość realizowania prestiżowych projektów, które, jak się okazuje, podobać się nie tylko nam. Bierzymy udział w różnego rodzaju konkursach, bo uważamy, że praca wykonana na najwyższym poziomie powinna być prezentowana, dostrzegana i nagradzana, niezależnie od branży. Każ-



da otrzymana nagroda daje nam ogromną motywację do dalszej pracy oraz pozwala na realny rozwój. Jest to też miłe przypięcie jakości prezentowanej przez naszą agencję.

### ➤ Ile osób stoi za sukcesem dużej agencji jaką jest endorfina events? Ile osób jest zaangażowanych do realizacji największych zleceń?

W agencji obecnie pracują dwadzieścia cztery osoby. Za naszym sukcesem stoją pracownicy etatowi oraz ludzie zatrudniani z zewnątrz, począwszy od naszych partnerów technologicznych, współpracujących z nami artystów, po prowadzących eventy. Równie ważna dla nas jest praca Pani Ani, która dba o to, żebyśmy mogli pracować w czystym biurze czy Pana Kazia, który kosi ogród - każda z tych osób dokłada swoją cegiełkę do wspólnego sukcesu.

Ile osób realizuje takie duże zlecenia? Duże realizacje to przede wszystkim team work. Przy każdym większym projekcie pracują dobrze dobrane zespoły składające się z przedstawicieli działu kreacji, działu graficznego i oczywiście z produkcji. Produkcja w endorfina podzielona jest na kilkuosobowe zespoły, które na stałe pracują ze swoimi grupami klientów. Czasami jednak w ramach zespołów zdarzają się przetasowania, by nie zdarzyło się nikomu popaść w rutynę.

### ➤ Czego można Wam życzyć?

Z pewnością można nam życzyć szczęścia, kolejnych nagród, realizacji planów założonych na ten rok i przede wszystkim fajnych klientów.

I tego Wam życzę.  
Rozmawiała Paulina Pięta

AGNIESZKA SOŁTYSIAK - partner i dyrektor finansowy w agencji endorfina events. Z branżą eventową związana jest od 2003 roku - na początku jako koordynator, a następnie producent wydarzeń specjalnych, lider zespołów projektowych, aż po własną agencję eventową endorfina events, wyróżnioną w raporcie Agencji Eventowych 2015 magazynu Media i Marketing Polska. Laureatka najważniejszej nagrody w branży eventowej MP Power Awards 2014. Zaangażowana w życie branży - mówca na konferencjach, reprezentuje agencję endorfina events w Klubie Agencji Eventowych. Od niedawna zakochana w sporcie, od zawsze w bezdomnych futrzakach.





# MŁODA AGENCJA NA RYNKU EVENTOWYM JAK WEJŚĆ NA RYNEK I PRZETRWAĆ?

Na rynku eventowym istnieje szereg agencji. Możemy mówić o większych i mniejszych podmiotach. Te drugie spotykają się ze specyficznymi problemami. Czy potrzebujemy całego sztabu ludzi do eventów, jak wygląda branża okiem nowopowstałej agencji i czy jest jeszcze miejsce dla nowych graczy opowiada Anna Łukanowska, współwłaścicielka agencji Łukanowscy Events Partners.

## ➤ Czy nie uważacie, że rynek eventowy jest przesycony? Jest jeszcze miejsce na nowe agencje w branży MICE?

Anna Łukanowska: Agencji eventowych jest całkiem sporo, szczególnie w Warszawie, jest jednak jeszcze miejsce dla nowych. Rynek MICE dynamicznie się rozwija, a większość agencji specjalizuje się w wąskim zakresie działania.

Mamy siedzibę się w Legionowie – mieście, które prężnie się rozwija. Pojawiają się tu nowe firmy, ale nie wszyscy jeszcze widzą potencjał w eventach, a naszą rolą jest przekonać ich do tego. Jednocześnie bliskość Warszawy daje nam możliwość pozyskiwania klientów różnej wielkości z wielu branż. Małe agencje powinny pracować tam, gdzie jest klient.

## ➤ Od czego zaczęliście działalność? Kim byli Wasi pierwsi klienci?

Pasją do eventów zaraził się wiele lat temu, gdy pierwszy raz uczestniczyliśmy w korporacyjnej imprezie integracyjnej. Myśl o własnej firmie kiełkowała w naszych głowach od zawsze. W międzyczasie zdobyliśmy doświadczenie organizując spotkania dla ówczesnych pracodawców, a także obserwując konkurencję i uczestnicząc w wielu imprezach. Własną działalność zaczęliśmy od obsługi wydarzeń dla firm naszych znajomych. To dzięki ich poleceniom docieramy do kolejnych klientów, więc początki nie były takie trudne.

## ➤ Jak firmy reagują na nowe agencje? Obawiają się, czy chcą sprawdzić świeży krew na rynku?

Wszystko zależy od wielkości firmy. Te duże korzystają z usług agencji obecnych na rynku od lat i dotarcie do nich jest trudne. Często jednak okazuje się, że początkująca firma prezentuje zupełnie inne, świeże spojrzenie na event, które może być zaskakujące i inspirujące.

Z kolei małe firmy często nie chcą korzystać z usług agencji z uwagi na ograniczone środki. Zazwyczaj organizują imprezy samodzielnie. Na szczęście istnieją też takie, które decydują się zlecić organizację agencjom eventowym.

## ➤ Czy nowym agencjom jest łatwiej czy trudniej na rynku? Jakie są plusy, a jakie minusy na początku rozwijania firmy?

Każda firma wchodząca na rynek przeżywa trudności. Branża MICE jest jednak otwarta na nowych uczestników. Od początku istnienia uczestniczyliśmy w wielu branżowych spotkaniach. Daje to nam możliwość zdobycia doświadczeń i ułatwia pracę. Korzystamy z tego, jakie błędy popełnili lub jakie sukcesy odnieśli. Oczywiście stoimy przed wyzwaniem docierania do kolejnych klientów i zdobycia ich zaufania, jednak dzięki uczestnictwu w wydarzeniach branżowych możemy zaistnieć w świadomości branży.

## ➤ Z jakimi problemami boryka się świeżo upieczona agencja? Jakie wyzwania przed nią stoją?

Każda firma na początku działalności musi pozyskać klienta. Wyzwaniem jest utrzymanie się na rynku przez 2 lata – później będzie tylko łatwiej. Szansą jest możliwość zrzeszenia się w organizacjach branżowych. W tym celu należy spełnić wiele warunków, w tym mieć odpowiednio wysoki obrót finansowy. Wstąpienie w szeregi organizacji oznacza, że rynek nas kupił i zaakceptował, a dzięki temu dotarcie do klientów stanie się dużo łatwiejsze.

## ➤ Czy zatrudniacie ludzi czy organizujecie eventy własnymi siłami?

Do zorganizowania imprezy nie zawsze musisz mieć armię pracowników. Dobrze jest posiadać bogatą bazę podwykonawców, czyli kontakty. Pracujemy razem z mężem, a mimo to potrafimy zorganizować udaną imprezę dla kilkudziesięciu osób. Może się jednak okazać, że przy większych zleceniach zatrudnimy kogoś do pomocy.

## ➤ Czy otwierając nową agencję warto skupić się na jednym aspekcie, czy brać wszystkie zlecenia?

Rynek usług MICE jest ogromny. Ogarnięcie wszystkiego przez jedną agencję jest niemożliwe, dlatego

ważne jest, by wyspecjalizować się w wybranym zagadnieniu. Wielu właścicieli w początkowej fazie rozwoju popełnia błąd organizując wszystko, co może doprowadzić do rozdrobnienia usług kosztem jakości. Ważne jest, aby zbudować taką świadomość klientów, by na myśl „impreza firmowa” przyszła im do głowy nasza agencja.

## ➤ Z którymi klientami pracujecie najczęściej? Jaki jest Wasz model współpracy?

Skupiliśmy się na organizacji imprez integracyjnych, konferencji i szkoleń dla firm z sektora MŚP. Stawiamy na jakość usługi, a nie ilość. Liczymy, że dzięki temu trafimy do firm, które będą do nas wracały. Zadowolenie klienta jest dla nas najważniejsze.

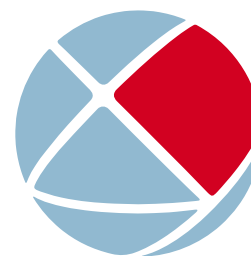
## ➤ Chcecie się rozwijać i zatrudniać nowe osoby? Jakie są Wasze plany na przyszłość?

Plany na przyszłość są oczywiście ogromne. Marzy nam się, by realizować imprezy, o których długo będzie się mówiło w pozytywny sposób i zaskoczą wszystkich. Grunt, to pozytywne nastawienie. Ponadto chcielibyśmy dołączyć do organizacji branżowych, widzimy tam duży potencjał. Realizacja tego celu pozwoli nam na stworzenie kilku dodatkowych miejsc pracy i dalszy rozwój naszej agencji.

## ➤ Co doradzilibyście innym młodym agencjom? Jak się nie poddać i nie zniechęcić?

Przede wszystkim, by realizowały swoje marzenia. Ważne, aby się nie poddawać i mieć odwagę zaryzykować. Organizatorzy eventów, to ludzie z dużą wyobraźnią i kreatywną postawą, więc nie powinni mieć z tym problemu. Małe agencje powinny skupić się na osiągnięciu konkretnego celu i dążeniu do jego realizacji. Parafrazując Walta Disney’a – „jeśli możesz o czymś marzyć, możesz to osiągnąć”.

Rozmawiała Paulina Pięta



**catalyst** poland  
*excellence in team building*

Renomowana, globalna marka teraz w Polsce!

Oferta Catalyst Poland:

- 170 unikalnych programów i gier budujących zespoły
- wyselekcjonowane pomysły na mądry team-building
- jakość materiałów, doskonałość wykonania, luksus marki
- referencje od globalnych Klientów z ponad 40 krajów świata
- rozpoznawalność i standaryzacja bez względu na miejsce realizacji

Poznaj wyjątkowe produkty wspierające strategię biznesową najbardziej wymagających Klientów!

[www.catalystteambuilding.pl](http://www.catalystteambuilding.pl)



Wyłącznym przedstawicielem Catalyst Global w Polsce jest Exprofesso.

allegro SMART COMMUNICATIONS

ul. J. Słowackiego 19a  
01-592 Warszawa

tel. +48 22 832 30 47  
biuro@allegro.com.pl

Allegro to jedna z najbardziej doświadczonych agencji, działająca na polskim rynku od ponad 20 lat. Oferujemy kompleksowe i zintegrowane usługi event marketingowe – od pomysłu po realizację i pełną komunikację.

Allegro produkuje eventy o różnej skali i przeznaczeniu – zarówno kameralne spotkania, warsztaty, konferencje, stoiska targowe, jak i launchy, kongresy, gale, roadshow's, pikniki oraz imprezy masowe.

Nasze kompetencje obejmują również kompleksową komunikację eventów oraz usługi w obszarach: ATL, BTL, CSR, Digital, PR i Social Media.

Do stałych klientów agencji należą m.in.: Anwil, Bank Pekao, CEDC, CNH, EY, ING Bank Śląski, MasterCard Europe, PKN ORLEN, PKO Bank Polski, PZU oraz T-Mobile.

Jesteśmy pierwszą na rynku firmą uhonorowaną tytułem Agencji Eventowej Roku. To nagroda przyznana przez redakcję magazynu Media & Marketing Polska, w oparciu o wyniki badania satysfakcji Klientów, przeprowadzonego przez Millward Brown.

Należymy do Klubu Agencji Eventowych przy Stowarzyszeniu Komunikacji Marketingowej SAR.



**AGENCJA ALLEGRO**  
[www.allegro.com.pl](http://www.allegro.com.pl)



# Staramy się bardziej.

## Poznaj nas bliżej.

Zapraszamy do odwiedzenia naszej nowej strony internetowej

[www.allegro.com.pl](http://www.allegro.com.pl)

allegro SMART COMMUNICATIONS

AGENCJA EVENTOWA Roku 2015

wg MMP & MillwardBrown



ul. Kowalczyka 1/31  
03-193 Warszawa, Polska

tel. 22 224 59 83  
power@agencjapower.pl

Agencja POWER to setki zrealizowanych eventów, konferencji, wyjazdów zagranicznych oraz wydarzeń sportowych.

Agencja POWER to energia, entuzjazm, ogromne doświadczenie, doskonała organizacja, umiejętność słuchania i realizacji potrzeb Klienta oraz dbałość o najmniejsze detale.

Kreatywność i szczegółowe planowanie wydarzeń firmowych, wyjazdów zagranicznych sprawiają, że jesteśmy wiarygodnym, rzetelnym i długookresowym partnerem dla wielu Klientów.

Początki Agencji sięgają 1997 roku. Konsekwentnie poszerzamy swoją ofertę, obecnie jesteśmy jedną z najbardziej rozpoznawalnych agencji branży eventowej w Polsce.

Nasz zespół tworzą osoby z długoletnim doświadczeniem zawodowym. Jesteśmy specjalistami w zakresie realizacji eventowych potrzeb naszych Klientów.

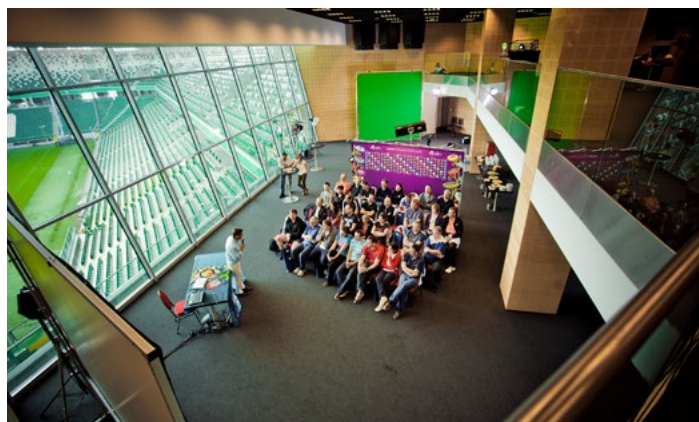
Nasza praca została zauważona i doceniona. Otrzymaliśmy liczne nagrody oraz wyróżnienia, m.in.: Solidna Firma, Platynowy Certyfikat Polish Product, Firma Roku, MP Power Awards, medalu Meeting Planner w kategorii Wydarzenie/Usługa Roku, Polskiego Internetu w kategorii "Rozrywka i Rekreacja" oraz certyfikatu „Wiarygodna Firma”.

Power Sp. z o.o. posiada wpis do rejestru organizatorów i pośredników turystycznych województwa mazowieckiego nr 1279.

Należymy do: SBE, SOIT, site, SKKP



**AGENCJA POWER**  
[www.agencjapower.pl](http://www.agencjapower.pl)



**THE POWER OF EMOTIONS**

[www.agencjapower.pl](http://www.agencjapower.pl)

NALEŻYMY DO: SBE SOIT site SKKP



ul. Wólczyńska 133/445  
01-919 Warszawa

tel. +48 22 255 31 17  
elena@brandkreacja.com

MARKETING INTERNETOWY DLA B2B

BRANDKREACJA - to zgrany kreatywny zespół specjalistów, specjalizujący się w branży marketingu internetowego dla B2B, który tworzy i realizuje pełne koncepcje reklamowe.

- zajmujemy się kompleksową realizacją marketingowych działań w Social Media,
- przygotowujemy content dla stron internetowych; pomagamy w tworzeniu ofert produktowych;
- wdrażamy marketing automation;
- projektujemy i wysyłamy newslettery oraz prowadzimy internetowe kampanie reklamowe;
- przygotowujemy wpisy, artykuły, PR materiały i reklamy w prasie i portalach branżowych.

FILMY FIRMOWE

Oprócz tego nasz zespół oferuje usługę nagrania wideo i profesjonalną obróbkę filmową. Przygotowujemy szeroko pojęte materiały filmowe z eventów, szkoleń, wywiadów, targów, nagrywamy filmy korporacyjne, wizerunkowe, przygotowujemy prezentacje. A w naszym studio wideo-fotograficznym tworzymy również filmy produktowe i edukacyjne oraz wideo instrukcje.

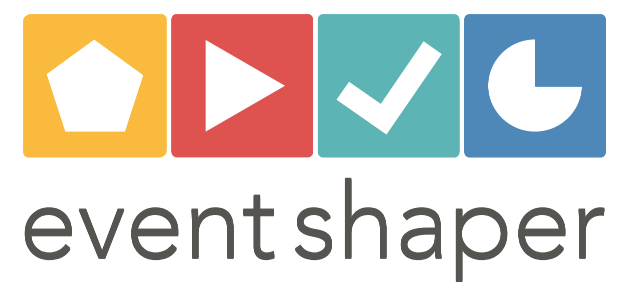
FOTOGRAFIA PRODUKTOWA

W naszej ofercie znajdują Państwo również możliwość stworzenia portfolio fotograficznego swoich produktów. Oferujemy profesjonalną obróbkę oraz zdjęcia katalogowe (na białym tle) lub kreatywne.

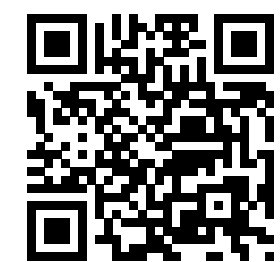
Brandkreacja - to ludzie, tworzący z pasją, zajmujący się kompleksową realizacją projektu od początku do końcowego sukcesu współpracując ściśle z Klientem. A nasze biuro to miejsce wyjątkowych spotkań i pomysłów, z bardzo przyjazną atmosferą, w której pomagamy realizować wasze najciekawsze pomysły i spełniać wasze fantastyczne marzenia.



**BRANDKREACJA**  
www.brandkreacja.com



**Rabat 10%**  
Zeskanuj kod i zarejestruj się,  
aby otrzymać rabat.





ul. Magazynowa 21  
Katowice 40-421

tel. 32 209 75 07  
marketing@exclusive-event.pl

Agencja eventowa z ponad 10 letnim doświadczeniem. Jest prekursorem wielu niebanalnych kreacji na polskim rynku eventowym. Misją firmy jest łamać standardy, zaskakiwać, serwować niezapomniane emocje oraz tworzyć nową, innowacyjną rzeczywistość w świecie eventów. Słynie z nieszablonowych kreacji szytych na miarę indywidualnych potrzeb Klientów.

Przygotowując produkcje eventowe stawia sobie za cel z jednej strony zaskoczyć odbiorcę nietuzinkowymi i efektownymi rozwiązaniami, z drugiej zaś zaoferować pełne wsparcie w budowaniu spójnego wizerunku firmy, tym samym udowadniając, iż dobrze przemyślany event - pod warunkiem, że osadzony wokół całej strategii rynkowej brandu - staje się skuteczniejszy, niż jakkolwiek inna forma budowania relacji.

Dzięki pasji oraz ogromnemu zaangażowaniu, wykorzystując najnowsze technologie oraz spektakularne pomysły, agencja z roku na rok powiększa bazę stałych klientów. Do jej największych atutów należy niebywała dbałość o szczegóły, wykwalifikowany, stały team produkcyjny oraz optymalizacja tzw. pustych kosztów.

Znana z takich projektów jak event na Polskiej Saharze, gdzie sam montaż, w piasku, trwał 14 dni, a koparki i wyciągarki pracowały 24 godziny na dobę, by osiągnąć oczekiwany efekt WOW, czy Wehikuł Czasu w Alvernia Studios, gdzie na 3 scenach wystąpiły takie gwiazdy jak Patrycja Markowska, Grzegorz Markowski, Afromental czy Kate Ryan.



**EXCLUSIVE EVENT**  
[www.exclusive-event.pl](http://www.exclusive-event.pl)



*Jeśli jeden obraz wart jest więcej niż tysiąc słów,  
event wart jest więcej niż tysiąc obrazów.*

DISCOVER THE POWER OF

**EXCLUSIVE EVENT**

[www.exclusive-event.pl](http://www.exclusive-event.pl)



ul. Hetmańska 6 / 10  
05-120 Legionowo

tel. 606 459 286  
office@lukanowscyep.pl

Łukanowscy Events Partners to nowa na rynku agencja eventowa, założona we wrześniu 2015r. Specjalizujemy się w niesztampowym podejściu do organizowanych wydarzeń firmowych, takich jak: konferencje, szkolenia, wyjazdy integracyjne, team building, jubileusze czy akcje promocyjne.

Jesteśmy zespołem profesjonalistów z wieloletnim doświadczeniem zdobytym podczas pracy w dużych korporacjach. Pracując z międzynarodowym gronem osób, nauczyliśmy się rozumieć potrzeby pracowników, nawet te wynikające z różnic kulturowych czy wyznaniowych. Jesteśmy kreatywni i drobiazgowi, nasze głowy pełne są niekonwencjonalnych pomysłów, gotowych do wykorzystania podczas eventów – zarówno małych jak i olbrzymich.

Podczas naszych realizacji dbamy o każdy szczegół – wszystkie lokalizacje przed przedstawieniem klientowi, przechodzą drobiazgową kontrolę, aby spełniały nasze standardy jakości. Zapewniamy transport, catering, nocleg i wszelkie atrakcje potrzebne do tego, by każdy z obecnych czuł się komfortowo i wyjątkowo. Zapewniamy również profesjonalną obsługę każdego wydarzenia – konferansjera, DJ-a, fotografa czy hostessy.

Uważnie słuchamy i przetwarzamy życzenia naszych klientów, dostosowując się do nich, aby w pełni sprostać oczekiwaniom i potrzebom, oraz zminimalizować ryzyko problemów, które mogą wyniknąć podczas realizacji.

Nasze motto brzmi: „Trafiamy w sedno Waszych potrzeb”.



**Łukanowscy Events Partners**  
www.lukanowscyep.pl



Chorągwi Pancernej 43  
02-951 Warszawa

tel. 534 534 611, 22 672 60 50  
anna.rogowiecka@plej.pl

Plej to istniejąca od 2002 roku agencja marketingu zintegrowanego. Założycielami i partnerami są Rafał Krawczuk, Łukasz Ostaszewski i Łukasz Gumowski, którzy na co dzień zarządzają 60-osobowym zespołem specjalistów tworzących potencjał Plej. Agencja obsługuje aktualnie kilkunastu stałych klientów, m.in.: PKO Bank Polski, Bank Millennium, P4 (Play), Oriflame, H&M, COTY, Energizer, Wyborowa Pernod Ricard, Lotte Wedel, Danone, Peugeot Polska, Iveco.

Eventy to jeden z największych działów firmy, który ściśle współpracuje z dedykowaną grupą kreatywnych, a także własnym studium graficznym i DTP. Dział digital zapewnia wsparcie w zakresie komunikacji eventów poprzez serwisy www, e-mail marketing i działania w mediach społecznościowych. W realizacjach Plej coraz częściej łączony jest świat offline z online, a agencja wciąż poszerza swoje kompetencje aby pewnie realizować kampanie zintegrowane będące odpowiedzią na potrzeby dzisiejszego konsumenta.

W ostatnich latach Plej zaczęła zbierać nagrody za swoją pracę. W 2013 roku Łukasz Gumowski otrzymał tytuł Kreatywnego Branży Eventowej. W 2015 roku agencja została wyróżniona tytułem „Faworyt Klientów” w rankingu Agencji Marketingu Zintegrowanego Media & Marketing Polska, a rok później, otrzymała tytuł „Pełna Integracja”. W 2016 roku za projekty dla Play i H&M odebrała MP Power Awards oraz Golden Arrow. Plej należy do grona agencji zrzeszonych w SKM SAR i KAE.



**agencja Plej**  
www.plej.pl



**CROSS**  
EST 1846 USA

*Lindt*  
MAÎTRE CHOCOLATIER SUISSE  
DEPUIS 1845

LIMITOWANA EDYCJA

Produkty Cross w ekskluzywnym pudełku  
wypełnionym pralinkami Lindor

Oferta dostępna w dobrych agencjach reklamowych



www.ekskluzywnedlabiznesu.pl

# M-DUO models

ul. Czerniakowska 42/99  
00-717 Warszawa

tel. 692 175 709  
m.szczek@m-duo.pl



## AGENCJA M-DUO www.m-duo.pl



Agencja M-DUO zatrudnia doświadczone hostessy i modelki przygotowane do współpracy z renomowanymi firmami w trakcie konferencji, gal, targów, bankietów, pokazów mody, premier oraz imprez masowych.

Działamy na terenie całego kraju nieprzerwanie od 2007 roku.

Oferta agencji obejmuje wynajem profesjonalnych hostess / hostów, modelek / modeli, animatorów, obsługi technicznej i koordynatorów, znających języki obce. Świadczymy również usługi w zakresie stylizacji, wypożyczenia lub zakupu strojów oraz szycia na zamówienie.

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom naszych klientów, stale powiększamy zakres działalności podwykonawczej, czego efektem jest min. wypożyczalnia i sprzedaż Ninebot (Segway), wynajem robotów i samochodów filmowych oraz powierzchni magazynowych.

Naszym znakiem firmowym jest profesjonalizm i dbałość o wysoki poziom zadowolenia naszych partnerów.



Agencja M-DUO współpracuje z wieloma uznanymi agencjami eventowymi z całej Polski.

Firma zatrudnia doświadczone hostessy i modelki przygotowane do współpracy z renomowanymi firmami w trakcie konferencji, gal, targów, bankietów, pokazów mody, premier oraz imprez masowych.

Świadczymy również usługi w zakresie stylizacji, body paintingu, wypożyczenia lub zakupu strojów oraz szycia na zamówienie.

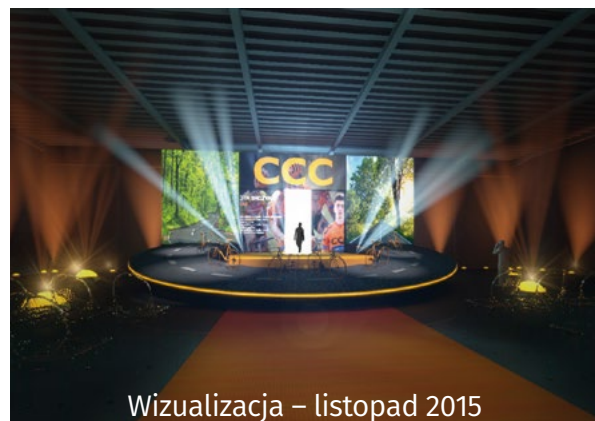
Naszym znakiem firmowym jest profesjonalizm i dbałość o wysoki poziom zadowolenia naszych partnerów.

[www.m-duo.pl](http://www.m-duo.pl)



IDEA

## OD POMYSŁU



Wizualizacja – listopad 2015



Wizualizacja – grudzień 2015

[www.powerevents.pl](http://www.powerevents.pl)

[biuro@powerevents.pl](mailto:biuro@powerevents.pl)

tel. 604 141 171

**PowerEvents** jest największą agencją eventową na Dolnym Śląsku, która działa na terenie całego kraju. **Od 2007r.** zajmują się kompleksową organizacją wydarzeń specjalnych, takich jak gale, jubileusze, otwarcia, wyjazdy integracyjne, konferencje czy pikniki firmowe. Łączna ilość zrealizowanych projektów wynosi już **ponad 600**.

Ich najmocniejszą stroną jest **kreatywność, profesjonalizm, entuzjazm** doświadczonego zespołu oraz **zaufanie ze strony Klientów**, którzy po udanej realizacji wracają do nich z kolejnymi wyzwaniami eventowymi.

Przy każdym projekcie ważne jest dla nich, aby **spełnić oczekiwania, zaskoczyć, zainspirować, wzruszyć...** Dzięki ich kreacji i możliwościom, indywidualnemu podejściu do każdego Klienta oraz niekończącej się pomysłowości pomagają spełniać nawet najbardziej wymagające oczekiwania i **osiągnąć zamierzone cele**. To właśnie sprawia, że ich marka widnieje na szczycie najlepszych i wyróżnia się wśród innych firm o podobnym profilu.

Złóż zapytanie i daj się zaskoczyć.



PRZYGOTOWANIE

## DO REALIZACJI



Realizacja – styczeń 2016



Realizacja – czerwiec 2016



REALIZACJA

# POWER EVENTS



## JEŚLI CHCESZ CZEGOŚ **NOWEGO.**

[www.powerevents.pl](http://www.powerevents.pl)

GALE / JUBILEUSZE / OTWARCIA / KONFERENCJE / WYJAZDY INTEGRACYJNE / PIKNIKI



## POLSKA STUDENTKA DOCENIONA

### ZAGRANICZNA NAGRODA MPI FOUNDATION GLOBAL STUDENT SCHOLARSHIP AWARD DLA POLSKIEGO PROJEKTU

Nagrody branżowe są w Polsce dość popularne. Nie każdy jednak ma możliwość zdobycia wyróżnienia zagranicznego. O tym jak przebiegały eliminacje, jakie są korzyści z udziału w konkursie oraz jak zyskać motywację do codziennej pracy opowiada zdobywczyni MPI Foundation Global Student Scholarship Award Karolina Widawska.

➤ **Otrzymała Pani nagrodę na targach we Frankfurcie. Czym ona jest dla Pani? Nie każdy ma szansę zdobyć takie wyróżnienie. Gratuluję!**

Karolina Widawska: Nagroda MPI Foundation Global Student Scholarship Award to przede wszystkim ogromne wyróżnienie, ale również wyzwanie i motywacja. Na początku konkurs wydawał się absolutnie nieosiągalny. Teraz, gdy już mam nagrodę w rękach, uwierzyłam w swoje umiejętności i widzę konkretne efekty. Z kolei sama nagroda, to nie tylko statuetka. Udział w takim konkursie to przede wszystkim szansa spotkania niesamowitych ludzi: uczestników, jurorów i organizatorów programu Future Leaders Forum. Od takich ludzi warto czerpać inspirację. Każdy etap konkursu był motywujący i bardzo wymagający, a efektem były nowe pomysły i konkretne plany na ich realizację.

➤ **Jak czuje się Pani w roli nadziei branży MICE? To prestiżowy, ale również wymagający tytuł.**

Nigdy nie myślałam o sobie w kategoriach nadziei. Nadzieja kojarzy mi się raczej z jakąś niepewnością. Ja z kolei po konkursie nabrałam przekonania, że połączenie pomysłu i pracy naprawdę skutkuje. Dlatego wolałabym być przykładem na to, że naprawdę warto wierzyć w siebie i próbować. Pierwsze co należy zrobić, to wyrzucić z siebie myśli typu „to nie dla mnie” albo „przecież są lepsi”. Oczywiście, że są. I w ten sposób – dzięki inicjatywom takim, jak Future Leaders Forum mamy możliwość uczyć się od siebie nawzajem i rozwijać całą branżę. A to jest klucz do sukcesu.

➤ **Proszę przybliżyć naszym czytelnikom czym się Pani zajmuje na co dzień. Czyli jak wygląda Pani standardowy dzień?**

Podjęłam się kilku zadań na raz. Na co dzień pracuję w firmie Business Service Galop z Katowic, w której zajmuję się organizacją

konferencji i kongresów medycznych. Kocham to co robię i przynosi mi to wielką satysfakcję. Poza tym, działam jako aktywny członek zespołu ds. komunikacji i promocji w MPI Poland Chapter. Angażuje się również w projekt szkoleniowy dedykowany studentom, którzy chcą rozpocząć pracę w branży spotkań. Chciałabym przekazać im zdobytą wiedzę i pokazać, że można osiągnąć naprawdę bardzo dużo.

Mój standardowy dzień? Każdy wygląda zupełnie inaczej i właśnie to uwielbiam w tej pracy. Spontaniczność i zmiany! Każde kolejne spotkanie, rozmowa, klient, czy realizacja jest zupełnie inna od poprzedniej i pozbawiona monotonii. A przepisem na mój dobry dzień jest permanentny uśmiech na twarzy od samego rana. Tego się trzymam i polecam zastosować każdemu.

➤ **Czy w natłoku informacji mediów elektronicznych, telekonferencji i videochatów spotkania bezpośrednie mają nadal sens? Jak ma Pani zdanie na ten temat?**

Rynek telekonferencji bardzo dynamicznie się rozwija. To widać również po programach edukacyjnych takich wydarzeń jak IMEX, EMEC, czy WEC. Osobiście bardzo cenię nowe technologie. Obserwuję trendy związane z internetowymi realizacjami na żywo i uważam, że jest to świetne wsparcie dla konferencji. Myślę jednak, że spotkania na żywo, twarzą w twarz zawsze będą efektywniejsze od spotkań online, ponieważ pozwalają na dużo wyższą aktywność uczestników i zaangażowanie. Zgodnie z hasłem Meeting Professional International – „When we meet, we change the world”, zdecydowanie uznaję pierwszeństwo bezpośrednich relacji.

➤ **Jak ocenia Pani rynek kongresów w Polsce? Na jakim poziomie jesteśmy w porównaniu z innymi krajami?**

Polska wydaje się być nadal zagadką dla części klientów zagranicznych. Tym samym statystyki pokazują, że coraz więcej grup decyduje się na przyjazd właśnie do naszego kraju, co mnie bardzo cieszy. Zwiększająca się dynamicznie liczba organizowanych w Polsce spotkań z udziałem zagranicznych gości oraz nowe inwestycje takie, jak Międzynarodowe Centrum Kongresowe w Katowicach, sprawiają, że rozwój branży widoczny jest nie tylko w raportach. Bardzo pozytywna jest również ilość przedstawicieli polskiej branży na międzynarodowych spotkaniach targowych, czy edukacyjnych, a także zwiększająca się liczba aktywnych członków w polskich oddziałach międzynarodowych organizacji poświęconych rynkowi MICE. To wszystko świadczy o tym, że nie powinniśmy mieć żadnych kompleksów w stosunku do zagranicy.

➤ **Zapewne nie osiadzie Pani na laurach. W końcu wyróżnienie zobowiązuje. Jak ma Pani plany na przyszłość?**

Nie mam zamiaru osiadać na laurach. Chcę nadal aktywnie rozwijać swoje umiejętności oraz dzielić się zdobytym doświadczeniem. Przede wszystkim mam w planach dalszą edukację i pracę ze studentami z polskich oraz zagranicznych uczelni, którzy niekoniecznie są związani kierunkiem z turystyką biznesową. Poza tym, postanowiłam wykorzystać swoje doświadczenie z konkursu i staram się wdrożyć mój projekt „Through the looking glass – the

future of education congress” w życie. Do tego pracuję nad cyklem publikacji dotyczących wpływu lokalnych convention bureau na kreowanie charakteru rynku spotkań na danym terenie. Poza tym mam wiele innych pomysłów, które potrzebują trochę czasu i pracy, więc nie mogę zdradzać więcej szczegółów. Niebawem zobaczycie moje realizacje.

➤ **Jak podnosić swoje kompetencje w tak szybko rozwijającej się branży?**

To intrygujące pracować chyba w jedynej takiej branży na świecie, w której pomimo naturalnej konkurencji, profesjonalści tak chętnie wymieniają się doświadczeniem, wiedzą, czy wątpliwościami. Szczególnie jest to widoczne podczas programów przeznaczonych dla osób dopiero rozpoczynających swoją przygodę z branżą MICE, taki jak MPI-MCI-IMEX Future Leaders Forum, w ramach którego rozgrywany jest konkurs University Challenge. Co więcej, nagrodą w konkursie jest stypendium w formie wyjazdu do Atlantic City na World Education Congress, podczas którego można zdobywać wiedzę i szkolić się w towarzystwie najlepszych z branży. W związku z tym zachęcam absolutnie wszystkich chętnych do tego, by byli aktywni i stale podnosili swoje kompetencje – to właściwie jedyny konieczny warunek do tego, aby rynek konferencji, czy eventów rozwijał się w Polsce i na świecie.

Rozmawiała Paulina Pięta

KAROLINA WIDAWSKA - członkini zespołu Business Service Galop oraz studentka Uniwersytetu Śląskiego. Zdobyła światową nagrodę „MPI Foundation Global Student Scholarship Award”. Jej projekt zatytułowany był „Through the looking glass” i opierał się na połączeniu klasycznych przykładów literatury światowej oraz nowoczesnych metod edukacji.





# TREŚĆ I FORMA UMOWY O ORGANIZACJĘ EVENTU

Nikogo nie trzeba przekonywać, że najlepszym zabezpieczeniem stron przy rozpoczęciu współpracy, czy nowego zlecenia, jest profesjonalnie i rzetelnie napisana umowa. Niestety, w naszej codziennej praktyce nieraz spotykamy się z licznymi błędami, jakie występują w związku z zawieraniem umów. Warto pamiętać, że każde porozumienie w zakresie nawiązania współpracy jest formalnie umową. Zgodnie z odpowiednimi przepisami możemy mówić o różnych formach umów, w tym pisemną, pisemną z podpisami notarialnie lub urzędowo poświadczonymi, pisemną z datą pewną, czy też aktem notarialnym. W szczególnych przypadkach niezachowanie określonej formy powoduje nieważność danej czynności prawnej, w tym przypadku umowy. Ponadto, wraz z postępem technicznym coraz więcej umów jest zawieranych przy użyciu wiadomości e-mail, wiadomości SMS, za pośrednictwem faksu lub też w trakcie zwyczajnej rozmowy telefonicznej.

## Wiadomość e-mail, SMS, a forma pisemna

Do zachowania formy pisemnej wystarczy złożenie na dokumencie zawierającym oświadczenie woli własnoręcznego podpisu. Za taką formę uważa się również oświadczenie woli w postaci elektronicznej, opatrzone bezpiecznym podpisem elektronicznym weryfikowanym przy pomocy ważnego kwalifikowanego certyfikatu. Brak spełnienia tych warunków nie pozwala zakwalifikować danego oświadczenia, jako dokonanego w formie pisemnej.

Mając na uwadze powyższe można stwierdzić, iż wymiana korespondencji e-mail czy SMS również nie spełnia wymogów formy pisemnej. Nie powoduje to jednak nieważności zawartej tak umowy, chyba że ustawa lub zgodna wola stron zastrzega taki rygor (w praktyce sprowadza się do stwierdzenia „wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności” lub podobnego). Jeżeli strony prowadzą negocjacje w celu zawarcia umowy, w tym za pośrednictwem poczty elektronicznej czy wymiany wiadomości SMS, umowa dochodzi do skutku, jeżeli dojdą one do porozumienia, co do wszystkich jej postanowień, które były przedmiotem negocjacji.

W naszej praktyce nieraz spotkaliśmy się z sytuacją, w której pomimo obszernego materiału mailowego, umowa nie została zawarta ze względu między innymi na nie dość precyzyjne określenie ceny towaru lub usługi.

Umowa zawarta przy pomocy wiadomości e-mail czy SMS będzie traktowana jako zawarta w formie ustnej. Przykładem może być umowa zlecenia organizacji imprezy promocyjnej,

czy usługi cateringowej, dla ważności której forma pisemna wymagana nie jest. W powyższych sytuacjach wystarczające będzie potwierdzenie jej otrzymania przez drugą stronę, np. w formie zwrotnej wiadomości lub też przystąpienia do realizacji.

Z tych właśnie względów rekomendujemy, aby w celu podsumowania negocjacji handlowych sporządzić wiadomość, w której uwzględnimy wszystkie warunki współpracy i wysłać ją drugiej stronie do potwierdzenia. W razie ewentualnego sporu z kontrahentem taka korespondencja może okazać się niezwykle cenna.

## Umowa zawarta ustnie

W branży eventowej często spotykamy klientów, którzy zawierają umowy w formie ustnej i nie dysponują pisemnym dowodem potwierdzającym fakt jej zawarcia. W przypadku sporu zadają następnie pytanie, czy takie porozumienie w ogóle obowiązuje i istnieje.

Czy w takiej sytuacji jest możliwe dochodzenie praw przed sądem?

Bez wątpienia bezpieczniejsze jest zawieranie umów w formie pisemnej, ale jeżeli - ze względu na szczególne okoliczności (np. dynamika sytuacji) - dojdzie do ustnych uzgodnień warto zwrócić uwagę, aby co najmniej jedna osoba była przy takich ustaleniach obecna. W wypadku ewentualnego sporu zeznanie świadka może okazać się niezwykle pomocne. Nie mniej jednak, jest to praktyka ryzykowna i zdecydowanie ją odradzamy chociażby z powodu niedoskonałości ludzkiej pamięci lub zmienności charakteru relacji, jaki mamy z potencjalnym świadkiem (np. pra-

cownik, z którym rozwiązano umowę o pracę). Podsumowując, wola strony umowy może być wyrażona przez każde zachowanie, które ujawni ją w sposób dostateczny. W polskim prawie ustawodawca przewidział liczne wyjątki, gdy dla ważności umowy wymagane jest zachowanie formy szczególnej. Zawarcie umowy w sposób nieprecyzyjny i nieutrwalający treści porozumienia dla celów dowodowych rodzi poważne ryzyka prawne i biznesowe. Dlatego rekomendujemy przywiązywanie zdecydowanie większej wagi do tych kwestii na etapie nawiązywania współpracy. Unikniemy wtedy nieporozumień i poważnych sporów.

## Treść umowy

Po rozważaniach na temat formy zawierania umów nadszedł czas na skupienie się na jej treści. To właśnie ona stanowi najistotniejszy aspekt umowy. Każda umowa organizacji eventu ze względu na specyfikę całej branży MICE jest inna. Istnieją jednak zagadnienia, które powinny zostać zawarte bez wyjątku w każdej tego typu umowie, z dokładnym opisem jej przedmiotu na czele.

Tak jak w przypadku przedstawienia przedmiotu umowy, kluczowe dla poprawnego obowiązywania umowy jest precyzyjne i dokładne opisanie obowiązków jej stron. Kwestia ta jest o tyle istotna, gdyż pominięcie nawet z pozoru najbardziej błahego i oczywistego zagadnienia może wpłynąć na brak możliwości jej wyegzekwowania od kontrahenta. Jak powyżej zostało wspomniane, każdy element umowy powinien zostać wyraźnie określony.

## Zabezpieczenie interesów stron

Równie istotną sprawą jest zabezpieczenie interesów stron umowy, na wypadek niewywiązania się z warunków umowy przez drugą stronę. Prawdopodobnie opisany zakres odpowiedzialności w takim przypadku jest bardzo dużym udogodnieniem. Zwiększa on bowiem szansę wyegzekwowania przedmiotu umowy, jak również pozwala uniknąć czasochłonnych sporów przed sądem.

W celu ograniczenia ryzyka nieuzyskania pożądanego efektu końcowego warto zadbać też o precyzyjne określenie w umowie terminu jej wykonania, a w razie takiej potrzeby o zawarcie kar umownych, na wypadek nie wywiązania się z warunków umowy w odpowiednim czasie.

Dobrze przygotowana umowa powinna przewidywać również wypadki, w których organizowany event nie dojdzie do skutku, przy braku winy żadnej ze stron (np. przejście huraganu w przypadku imprezy organizowanej na świeżym powietrzu). Zapisy te powinny wymienić możliwe przyczyny odwołania eventu, a także ustalić kwestie rozliczeń między stronami na okoliczność takiego niepożądanego stanu rzeczy.

Podsumowując, przy podejmowaniu się każdego nowego zlecenia warto pamiętać o profesjonalnym przygotowaniu umowy. Nie zadanie

sobie trudu sformalizowania współpracy i utrwalenia na piśmie wzajemnych praw i obowiązków potrafi być oplakane w skutkach. Z tego względu staramy się popierać działania zmierzające do zawierania indywidualnie przygotowanych umów nawet przy okazji mniejszych zleceń, jak również przy podejmowaniu współpracy z zaufanymi podmiotami. Relacje ludzkie potrafią być niezwykle zmienne, a dobrze napisana umowa w każdej sytuacji da nam poczucie komfortu i większego bezpieczeństwa.

Maciej Dudziński

**MACIEJ DUDZIŃSKI** – prawnik, specjalista ds. marketingu w Kancelarii Pałucki Trusiński Prawo i Podatki sp.j. Absolwent Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego. Uczestnik podyplomowego studium Prawa Podatkowego Akademii Leona Koźmińskiego realizowanych we współpracy z Akademią Biznesu MDDP. Pracował przy organizacji dużych eventów promocyjnych, organizowanych dla branży radiowej, modowej oraz dla największych polskich wydawców czasopism. W czasie wolnym jeździ na snowboardzie, oraz pływa na kitesurfingu i wakeboardzie.

## 8 najistotniejszych kwestii, które powinny zostać zawarte w umowie

1. Określenie przedmiotu umowy.
2. Określenie obowiązków stron.
3. Określenie wynagrodzenia.
4. Określenie zakresu odpowiedzialności stron.
5. Konkretnie określenie okresu obowiązywania umowy oraz najważniejszych terminów.
6. Ustalenie kwestii praw autorskich i praw do udostępniania wizerunków osób.
7. Ustalenie kar umownych za niewypełnienie warunków umowy.
8. Zawarcie klauzuli o zachowaniu poufności lub zakazie konkurencji.



## 5 edycja Katalogu - styczeń 2017



Zamów reklamę: Andrzej Kuczera | [a.kuczera@oohmagazine.pl](mailto:a.kuczera@oohmagazine.pl) | 733 077 606  
[www.oohmagazine.pl/event](http://www.oohmagazine.pl/event)



# JAK ZABEZPIECZYĆ IMPREZĘ MASOWĄ

W sezonie eventowym różnego rodzaju festiwale, spotkania, koncerty i imprezy masowe to codzienność. O czym powinien pamiętać organizator imprezy, aby uczestnicy czuli się bezpiecznie? Ile kosztują ubezpieczenia imprez masowych? Co to jest suma gwarancyjna? Te i pozostałe wątpliwości związane z zabezpieczeniem eventów rozwiewa Paweł Kasztelan, Menedżer Wydziału Ubezpieczeń OC i Transportowych w Allianz.

## Impreza masowa - co to oznacza?

Warto sprawdzić, czy organizowane wydarzenie będzie imprezą masową w rozumieniu ustawy z 20 marca 2009 r. o bezpieczeństwie imprez masowych. Impreza masowa, to takie wydarzenie, w którym może uczestniczyć nie mniej niż 500 osób, jeśli odbywa się na przykład w hali sportowej lub innym budynku lub co najmniej 1000 osób, jeśli ma miejsce na stadionie lub innym obiekcie, chodzi tu głównie o tereny otwarte. Zgodnie z rozporządzeniem Ministra Finansów z dn. 11 marca 2010 r. w sprawie obowiązkowego ubezpieczenia OC organizatorów imprez masowych - organizator powinien zadbać o jej należyte zabezpieczenie.

## Ubezpieczać czy nie?

Organizator powinien sprawdzić, czy planowana przez niego impreza podlega obowiązkowemu ubezpieczeniu. Jeśli wstęp na nią jest płatny, to zgodnie z ustawą, organizator imprezy

masowej ma obowiązek zawarcia umowy ubezpieczenia OC za szkody wyrządzone uczestnikom imprezy. Wyjątkiem od tej reguły są płatne imprezy w teatrze, domu kultury (o ile rodzaj imprezy odpowiada przeznaczeniu tych obiektów), szkole lub placówce oświatowej, której organizatorem jest zarządzający obiektem. Wtedy nie musi ubezpieczać imprezy. Obowiązek ubezpieczenia dotyczy na przykład festiwali muzycznych. Mają one charakter imprezy masowej, o której mowa we wspomnianej ustawie. Jeżeli więc festiwal jest biletowy, czyli musimy zapłacić za wejście, na przykład na stadion, to organizator powinien wykupić obowiązkowe ubezpieczenie OC organizatora imprezy masowej.

## Ile kosztuje ubezpieczenie?

Cena ubezpieczenia obowiązkowego uzależniona jest przede wszystkim od charakteru imprezy i liczby uczestników. Poziom składki jest bardzo zróżnicowany i może wynosić od kilkuset

złotych do kilkunastu tysięcy złotych. W przypadku cyklicznych imprez i wyższych sum gwarancyjnych (np. 12 meczów w sezonie piłkarskim) składka może być jeszcze wyższa.

## Jaka jest wysokość sumy gwarancyjnej i jakie daje gwarancje?

Jeśli wydarzenie jest objęte obowiązkiem ubezpieczenia, organizator powinien zwrócić uwagę na właściwą wysokość sumy gwarancyjnej. Jest to maksymalna wysokość odszkodowania, które może być wypłacone z konkretnego ubezpieczenia.

Prawo określa minimalne sumy gwarancyjne dla ubezpieczenia określonego rodzaju imprezy masowej. Wysokość tej sumy zależy od charakteru oraz liczby uczestników imprezy masowej. Przykładowo w przypadku biletowanej imprezy organizowanej w hali lub innym budynku dla 500 do 1000 osób, minimalna suma gwarancyjna ubezpieczenia obowiązkowego wynosi 10 000 EUR, a przy 5000 uczestników – 50 000 EUR.

Nawet, jeżeli impreza nie podlega ubezpieczeniu obowiązkowemu, to jej organizator, który odpowiada za bezpieczeństwo imprezy, powinien pomyśleć o zawarciu dobrowolnego ubezpieczenia OC.

W takim przypadku, podobnie jak w ubezpieczeniu obowiązkowym, kluczowy jest dobór odpowiedniej sumy gwarancyjnej.

Jednak przy ubezpieczeniu dobrowolnym to sam organizator powinien zadeklarować wysokość sumy gwarancyjnej.

W przypadku OC organizatora imprezy, podstawowym ubezpieczanym ryzykiem są potencjalne roszczenia uczestników, na przykład za doznane przez nich urazy. A przy tego rodzaju wydarzeniach roszczenia mogą być wysokie. Już przy drobnych urazach mogą to być odszkodowania rzędu kilku tysięcy złotych. Przy poważnych szkodach osobowych roszczenia sięgają nierzadko kilkuset tysięcy złotych. Dlatego warto wybrać odpowiednią wysokość sumy gwarancyjnej, która będzie dawała realne zabezpieczenie w przypadku ewentualnych roszczeń uczestników imprezy, nawet jeśli będzie wiązało się to z koniecznością zapłacenia dużo wyższej składki.

## Jakie są główne zasady bezpieczeństwa podczas imprez?

Istnieje szereg zasad związanych z bezpieczeństwem uczestników imprezy masowej. Organizator powinien zapewnić udział w imprezie służb porządkowych i służb informacyjnych. Członkowie takich służb powinni zostać odpowiednio przeszkoleni. Zadaniem tych osób jest m. in.: usuwanie uczestników zagrażających bezpieczeństwu, reagowanie na incydenty, pilnowanie przestrzegania regulaminu imprezy. Osoby te mają prawo sprawdzać bilety wstępu, legitymować uczestników, a także np. zbadać, czy w ich bagażu nie ma niebezpiecznych przedmiotów.

Organizator ma obowiązek odpowiedniego przystosowania terenu imprezy masowej. Muszą się tam znaleźć m. in. toalety, umywalki, sprzęt ratowniczy i gaśniczy. Powinny także zostać wyznaczone drogi ewakuacyjne.

Organizowanie imprezy masowej bez zezwolenia grozi surowymi konsekwencjami - karą maksymalnie do 8 lat więzienia. Zabronione pod karą grzywny jest niezastosowanie się przez organizatora do wymogów bezpieczeństwa imprezy.

Jeśli wstęp na wydarzenie jest płatny, organizator odpowiada również za szkody majątkowe poniesione przez policję, straż pożarną i inne służby w związku z imprezą - np. za sprzęt zniszczony w czasie interwencji. Odpowiedzialności podlegają także uczestnicy imprezy - zabronione jest m. in. wnoszenie na teren imprezy masowej alkoholu czy wyrobów pirotechnicznych. Niestosowanie się do regulaminu imprezy, poleceń policji lub służb organizatora lub też zakłócanie przebiegu imprezy w sposób, który zagraża bezpieczeństwu jest karalne.

## Podsumowując, dlaczego warto ubezpieczać imprezy masowe?

Zachowanie wysokich standardów podczas organizacji imprez masowych jest bardzo istotną sprawą. Ewentualne zaniedbania organizacyjne mogą w poważny sposób zachwiać wizerunek i finansową stabilność organizatora. Dlatego polecam rozważenie wykupienia ubezpieczenia OC wszystkim organizatorom tego typu wydarzeń, także tych nieodpłatnych.

---

**PAWEŁ KASZTELAN** - prawnik z wykształcenia. W branży ubezpieczeniowej od 18 lat. W Allianz Polska od 2008 roku zarządza ubezpieczeniami odpowiedzialności cywilnej oraz transportowymi. Allianz Polska to grupa finansowa działająca w sektorze ubezpieczeń, inwestycji, emerytur i bankowości, świadcząca kompleksowe usługi, z których skorzystało już blisko 2 miliony klientów indywidualnych i korporacyjnych.

---





## DOBRY EVENT MODOWY TO CIEKAWY POMYSŁ I JEGO KONSEKWENTNA REALIZACJA

Promowanie polskich rozwiązań modowych to biznes, który w 2008 roku zrealizowali dwaj uczniowie. Mustache.pl jest platformą internetową, skupiającą najlepszych niezależnych projektantów mody i designu. Sklep internetowy stanowi tylko rozwinięcie targów polskich projektantów Mustache Yard Sale, które są największym wydarzeniem z zakresu niezależnej mody i designu w Europie Środkowo-Wschodniej. Jak to się zaczęło i jak się rozwijają wydarzenia modowe oraz o historii targów i trudnościach na rynku opowiada Patrick Deba, Co-founder w Mustache.

### ➤ Skąd pomysł na promowanie polskich projektantów i kiedy zorganizowaliście pierwsze targi Mustache Yard Sale?

Patrick Deba: Na pomysł zorganizowania pierwszego Yard Sale (czyli naszych targów) wpadliśmy zupełnie przypadkiem, gdy w 2008 roku szukaliśmy z Konradem Ozdowym, moim współnikiem, formy naszej kreatywnej działalności. Do tej pory, wspólnie robiliśmy strony internetowe i grafiki dla mniejszych biznesów. Byliśmy w liceum i chcieliśmy robić fajne rzeczy. Moja ówczesna dziewczyna zakładała wtedy swój mini vintage Store no, równocześnie podczas którejś z wycieczek do Londynu odkryliśmy idee Sunday Marketów ze starymi autorskimi ubraniami. Postanowiliśmy przeszczepić ten model do Polski. Jak widać, udało się. Nasz młodzieńczy zapał i nienasycony rynek zagwarantowały nasz sukces.

### ➤ Wydaje się, że wynajęcie powierzchni i zdobycie wystawców, to nie jest bardzo wymagające wydarzenie. Czy zorganizowanie takiego wydarzenia jest trudne?

To kompletna bzdura. Mustache Yard Sale jest ogromnym wydarzeniem, w które wkładamy wszystkie swoje siły. Organizacja jednej edycji to tygodnie przygotowań. Pracuje nad tym cały sztab ludzi: od programistów piszących nasz system zgłoszeń, przez zespół weryfikujący zgłoszenia projektantów, architektów projektujących układ przestrzeni po kilkunastu wolontariuszy na targach i ekipę czuwającą, żeby całe wydarzenie odbyło się zgodnie z planem.

### ➤ Byliście pierwsi na rynku? Jak teraz prezentuje się rynek targów

### odzieżowych? Macie dużą konkurencję?

Tak, Mustache Yard Sale, nad Wisłą był pierwszym konceptem tego typu. Dziś, po 8 latach naszej działalności, targów zwłaszcza przed Świętami Bożego Narodzenia jest całe mnóstwo. Większe, mniejsze, tu i tam. To niestety utrudnia działanie. Mam poczucie, że wszyscy wzajemnie się kanibalizujemy. Z drugiej strony duża konkurencja motywuje do działania oraz potwierdza, że to co robimy ma sens, a za kilka lat rynek sam się zweryfikuje.

### ➤ Koncepcja targów zakłada podział na cztery strefy, jakie? Chyba nie od początku tak było? Wciąż przodująca jest część modowa?

Podział pojawił się w związku ze wzrostem ilości wystawców. Wraz ze wzrastającymi potrzebami na-

szych klientów postanowiliśmy rozszerzyć działalność o kolejne pasujące do wydarzenia tematy. Poza strefą modową, proponujemy również strefę modową dziecięcą, designu oraz gastronomiczną. Cały czas myślimy o dalszym dzieleniu na streetwear, smartcasual itd. Dążymy do tego, aby każda strefa miała swój oddzielny charakter: klimat, muzykę, aktywności. Ale oczywiście pierwsze skrzypce nadal gra moda. Z niej wyrosliśmy i to ona jest głównym elementem pojawiającym się w przestrzeni naszych targów, czego odzwierciedlenie widać na naszej platformie internetowej.

### ➤ Moda to bardzo zmienny temat. Jak dobieracie swoich wystawców? Czy każdy kto projektuje w Polsce może się wystawić podczas Mustache?

Co do zasady, nie mam żadnych ograniczeń, dla nas ważne żeby produkt był ciekawy, estetyczny i rzetelnie wykonany. Na targach zawsze wspieramy nawet najmniejsze marki - stąd proponujemy projektantom nawet najmniejsze stoiska za niewielką opłatą jak na targi o takiej skali. Na naszej platformie weryfikujemy też zdjęcia i opisy produktów - to wszystko ma wpływ na finalny efekt, czyli sprzedaż. Każda aplikacja na Mustache.pl jest dokładnie weryfikowana przez nasz zespół. Naszym celem jest jednak pomaganie naszym projektantom, dlatego konsultujemy, sugerujemy i tłumaczymy jak przygotować się do sprzedaży na naszym portalu.

### ➤ Z jakimi problemami borykaliście się przy pierwszych edycjach, z jakimi konfrontujecie się dziś?

Pierwsze edycje, od początku do końca były organizowane tylko przeze mnie i Konrada. Byliśmy monterami, elektrykami, help deskiem czy komisją weryfikującą wystawców. Podobno nie można robić wszystkiego, a my jesteśmy żywym dowodem na to, że jednak się da. Aczkolwiek wiązało się z tym wiele wyrzeczeń. Teraz pozwalamy już zdjąć ze swoich barków większość tych obowiązków. Mamy zespół, który dba o wszystko i pozwala nam się zająć rozwojem biznesu. W końcu dzisiaj to impreza na inną skalę - setki wystawców, 5 różnych miast, setki tysięcy odwiedzających rocznie, większy zespół a przede wszystkim ogromne doświadczenie, więc sami nie dalibyśmy rady. Mimo wszystko, ciągle staramy się zaskakiwać i wprowadzać nowe pomysły. Nasza wyobraźnia jest nieograniczona.

### ➤ W ubiegłym roku w Warszawie blisko 40 tysięcy gości i kilkuset projektantów brało udział w Waszych

### targach. Jak osiągnęliście takie zasięgi?

To prawda, jedną warszawską edycję odwiedza ok. 40 tysięcy osób. Edycje w innych miejscach są o połowę mniejsze. To daje zasięg kilkuset tysięcy rocznie. Jesteśmy już marką rozpoznawalną na rynku, ale wymaga to też dużo pracy: robimy kampanie plakatowe, marketing internetowy, korzystamy z sieci kontaktów naszych projektantów oraz patronów medialnych. W innych miastach staramy się organizować wydarzenie przy udziale lokalnych miejskich aktywistów. Nie chcemy być tylko „warszawką”, która przywozi swój styl życia. Chcemy, żeby każde targi miały fajny lokalny klimat.

### ➤ Jak Wasi klienci, czyli wystawcy odbierają targi? Jak ich zachęćcie do wystawienia się, czy już nie musicie?

Patrząc na frekwencje, chyba się podoba. Bardzo cieszy nas to, że odwiedzają nas całe rodziny, ludzie w różnym wieku, często spędzając na targach po kilka godzin, to już nie tylko targi mody, to już swego rodzaju towarzyskie wydarzenie! Z pewnością, pozytywne komentarze po wydarzeniu są bardzo fajną motywacją, żeby robić to dalej jeszcze lepiej!

### ➤ Jakie macie plany rozwoju Waszych eventów? Może wyjście za granicę? Zdradźcie kilka szczegółów.

Na razie chcemy, żeby edycje w innych miastach niż Warszawa, czyli Katowice, Poznań, Wrocław i Trójmiasto, rosły w siłę. Chcemy też, żeby każda edycja stanowiła mini festiwal pełen mody, muzyki i sztuki. Stąd też liczne imprezy muzyczne i jedzeniowe towarzyszące naszym targom. I na tym właśnie chcemy się skupić, by doskonalić to, co mamy. A zagranicą... na nią też już mamy pomysł, ale wszystko w swoim czasie. Pozwólcie, że zachowamy to jeszcze na chwilę dla siebie.

Rozmawiała Paulina Pięta

PATRICK DEBA, wraz z Konradem Ozdowym stworzyli markę Mustache. Patrick już od czasów podstawówki bez przerwy związany z różnymi projektami i inicjatywami. Jego ostatni i największy stał się sposobem na życie. Wraz z Konradem Ozdowym współtworzy największe w Polsce targi niezależnej mody i designu Mustache Yard Sale oraz platformę e-commerce – Mustache.pl. Człowiek odpowiedzialny za cały wizerunek i komunikację marki. Absolwent studiów prawniczych na Uniwersytecie Warszawskim.





# EKO-EVENTY MODA CZY KONIECZNOŚĆ?

Ekologia z impetem wkroczyła w nasze życie - zdrowa żywność, fit lifestyle, ubrania z naturalnych materiałów, segregacja śmieci i ich przetwarzanie, ochrona środowiska, drugie życie starych rzeczy. W końcu zrodziła się moda słuszna i potrzebna. Trend ten wkroczył również mocno na rynek eventowy. Wyposażenie, meble czy sposób organizacji to tylko niektóre aspekty, w których przejawia się moda na eko. O eko-eventach opowiada Karolina Turska – Fiszlak, CEO Enstancia Group.

## ➤ Czy eko-eventy, inaczej nazywane green eventami lub zieloną integracją, są i będą wciąż modne?

**Karolina Turska - Fiszlak:** Ten temat jest obecnie na topie. Musimy jednak zadać pytanie czy eko-moda będzie tak samo modna za 3, 5 albo 8 lat? Odpowiedź jest prosta. Przede wszystkim ekologii nie powinniśmy traktować jak mody, która wkrótce przeminie, tylko jako sposób na życie i styl, który zagości na stałe. Ten trend z roku na rok się rozwija. Nie jest to tylko efekt WOW na eventach, czyli reakcja na zupełnie nową odsłonę imprezy. Jest to coraz częściej sposób myślenia ludzi, głębsza analiza, która przynosi korzyści każdej ze stron.

## ➤ Czy zatem eko-eventy są konieczne?

Tak. Jeśli mamy choćby najmniejszy wpływ na nasze otoczenie, to warto pomóc światu. Jeżeli jest szansa, żeby w każdym odcinku naszego życia zastosować

ekozasady, to czemu z tego nie skorzystać. Eventy to kolejna okazja, żeby się wykaazać - a dotyczy to każdego, kto taki event tworzy lub w nim uczestniczy. Począwszy od zleceniodawcy, poprzez obiekt, organizatora eventu (agencję), a skończywszy na samych gościach. Zaczynając od siebie i przygotowując ekologiczny, kreatywny pomysł wydarzenia, możemy zaszczerpić nasze poglądy w dziesiątkach, setkach, a nawet tysiącach ludzi, a to rodzi ogromną siłę.

## ➤ Czy polityka CSR jest stosowana w firmach eventowych?

Trendy proekologiczne nie ominęły naszej branży, a troska o ochronę środowiska oraz działania zgodne z polityką CSR na stałe wpisały się w strategię działalności wielu agencji. Biznes społecznie odpowiedzialny to działalność, w której organizacja bierze odpowiedzialność za swój wpływ na wszystkie otacza-

jące ją aspekty. Do takich działań z pewnością należą eko-eventy. Eko-eventy są organizowane zgodnie z zasadami ochrony środowiska. Ekologia została wykreowana w naszym kraju na wartość pozytywną. W ten sposób agencje chcą dotrzeć do zwolenników ekologii i przyczynić się do mniejszych szkód dla środowiska, dlatego wiele z nich postawiło na ten trend.

## ➤ Jakie korzyści dla organizatora przynoszą eko-eventy?

Wyjątkowo przygotowany event, z pomysłem z pewnością będzie zauważony przez media, co też może stanowić dodatkowy argument. Nawet jeżeli pojawi się coś nowego, to eko trend już nie zniknie, to nie jest moda, to jest konieczność wyższa. Warto zwrócić tu uwagę na akcję zorganizowaną przez pewną firmę dostarczającą wodę, polegającą na wymianie pięciu pustych butelek PET na drzewko do zasadzenia.

Proste, a jak potrzebne. Akcją tą bardzo zainteresowały się media i przez długi czas było o niej bardzo głośno. Zarówno wiele firm, jak i środowisko na tym zyskały, więc każdy jest wygrany. Wydarzenia tego typu propagują proekologiczne zachowania, które są jednocześnie doskonałym sposobem na zintegrowanie zespołu. Takie integracje dają podwójny efekt: budowanie zespołu oraz pozytywny PR dla firmy. W konsekwencji, działania proekologiczne, przyniosą firmie korzyści, które przełożą się na długofalowe efekty biznesowe: budowanie pozytywnego wizerunku firmy, uwiarygodnienie misji firmy w oczach konsumentów i kooperantów, pozyskanie i utrwalenie zaufania oraz lojalności obecnych i potencjalnych klientów, pozyskanie przychylności społeczności lokalnej, zwiększenie zainteresowania inwestorów oraz wzrost zadowolenia i satysfakcji pracowników.

## ➤ Jakie są zasady organizacji eko-eventów?

Zasady organizacji green eventów są dość proste i można je stosować nawet podczas krótkiego wyjazdu konferencyjnego. Spotkanie organizujemy w hotelu dbającym o ekologię, z menu opartym na naturalnych składnikach i lokalnych produktach, np. catering z jadalnymi naczyniami jednorazowymi z otrębów czy drewnianych sztućców. W trakcie takiego wyjazdu obcujemy z przyrodą, tradycją i kulturą bez naruszania jej naturalnej równowagi, dbamy o rozwój duchowy i fizyczny, ograniczamy zużycie papieru, tworzyw sztucznych. Produkujemy jak najmniej śmieci przed, w czasie i po eventach. Warto również korzystać z ekologicznych materiałów do organizacji zajęć integracyjnych oraz ograniczyć do minimum materiały drukowane. Oczywiście pamiętajmy, że eko-event to nie tylko las, łąka, plener, czyli sezonowa impreza.

## ➤ Jakie wydarzenia można przygotować w ramach eko-eventu? Proszę podać kilka przykładów.

Możliwości jest bardzo wiele. Eko-eventy można realizować przez m. in.: pomoc dzieciom z domów dziecka w formie wspólnych gier i zabaw scenariuszowych, licytacje prac artystycznych, budowę i tworzenie prezentów dla dzieciaków, dokarmianie i opieka nad zwierzętami w schroniskach, sadzenie drzew, budowę budek dla ptaków i pańników dla zwierząt czy oczyszczanie lasów. Inne, równie ciekawe pomysły to organizacja warsztatów rękodzielniczych, warsztatów stolarskich pod hasłem drugie życie rzeczy, kursów pierwszej pomocy, zajęć kulinarnych z dóbr leśnych, warsztatów recyklingowych i muzycznych. W celu propagowania ekologicznego, zdrowego i aktywnego trybu życia nasza agencja organizuje spływy kajakowe, wycieczki rowerowe czy biegi przełajowe. Przestrzeń aranżujemy eko meblami, a wszystko dopracowane eko detalami, takie jak: trawa, kwiaty, kamienie. Na takiej imprezie oczywiście eko atrakcje, jak mini golf, gry i zabawy zręcznościowe, pokaz mody ze śmieci, warsztat muzyczny na butelkach pet czy tworzenie eko biżuterii.

Skupiamy się głównie na meblach z wykorzystaniem palet, europalet, szpul po kablach i skrzynkach oraz prezentujemy przedmioty, którym można nadać drugie życie i wykorzystać jako element wystroju wnętrza. Agencja powinna łączyć realizację celów biznesowych z aktywnym wyczynkiem w zgodzie z naturą. Prawda jest taka, że nawet przy niewielkim nakładzie finansowym i kapitale ludzkim, jesteśmy w stanie zrealizować mnóstwo akcji, które przyczynią się do czystszej otoczenia.

## ➤ Jak rozpoznać, że wybrany obiekt wyznaje politykę CSR i sprzyja tworzeniu eko eventów?

To dość proste do zauważenia. Taki obiekt stosuje: segregację śmieci, ma mini-oczyszczalnię, czy chociażby korzysta z naczyń z otrębów czy posiłków z produktów regionalnych. To pierwsze kroki do tego, aby rozpocząć nie tylko modę na eko, ale na stałe wprowadzić wszelkie możliwe działania i technologie idące w tym kierunku. Ogromnym sukcesem obiektów jest zaszczepianie tego trendu i pozyskiwanie coraz większej grupy organizatorów, którym można zaszczepić tę ideę w swoich działaniach. Przykładami takich obiektów jest np. teren sportowo-rekreacyjny Estancia Biała Góra oraz sąsiadujący hotel Sielanka nad Pilicą. Te obiekty wciąż przystosowują się i rozwijają w kierunku nowoczesnych eko-rozwiązań.

## ➤ Wiemy już jak to wygląda organizacyjnie. Jak uczestnicy eko-eventów odbierają takie wydarzenia?

Goście eventów często doszukują się podczas eko-eventów inspiracji, które wykorzystują później w swoim życiu prywatnym (stolik na taras czy łóżko do sypialni). Cieszy fakt, że możemy się przyczynić do zmiany toku myślenia. Takich i innych inspiracji, mniejszych i większych jest bardzo wiele. Mamy namacalne potwierdzenie, że ludziom się to podoba, że chcą działać, czują satysfakcję ze zmian w życiu, a agencja przynosi to tylko korzyści.

## ➤ Weźmy pod lupę konkretny przykład eko-eventu. Jak zorganizować ekologiczny piknik?

Zaczynamy od miejsca, które jest zlokalizowane jak najbliżej firmy (unikamy, długich podróży, kosztownych i niestety trujących środowisko). Zachęcamy gości do przyjazdu rowerem lub innym eko środkiem lokomocji. Podczas jego przygotowania staramy się pracować tak, żeby było jak najmniejsze zużycie materiałów. Wyszukujemy eko atrakcje, twórcze i kreatywne zabawy, wspólne koncertowanie, plenery malarskie, tworzenie miasteczek z kartonu czy malowanie wrażeń eko farbami.

Do tego menu bazujące na eko produktach. Podczas eventu segregujemy śmieci wyrzucając je do koszków na plastik, papier i inne. Proponujemy również program edukacyjny z zakresu ekologii.

## ➤ Podsumowując dlaczego eko-eventy powinny być stosowane w każdej agencji?

Coraz więcej ludzi ma świadomość, że połączenie biznesu i ekologii, to korzyści nie tylko dla nas samych, ale również dla całego otoczenia. Plastikowe zabawki, huczące sprzęty, zapach spalin, chińskie gadżety, długie podróże, tony papieru, tłuste jedzenie - na to na szczęście moda już przemija. Wspieramy wszystkie unikatowe EKO projekty i kreatywne rozwiązania w tej dziedzinie i trzymamy kciuki, by coraz więcej agencji eventowych zaraziło się tym pozytywnym wirusem.

Rozmawiała Paulina Pięta

## KAROLINA TURSKA – FISZLAK

CEO w Estancia Group, właścicielka stron [www.pozytywnieikreatywnie.pl](http://www.pozytywnieikreatywnie.pl) i [www.siedzenapalecie.pl](http://www.siedzenapalecie.pl). Promotorka zdrowego stylu życia i ekologii.





## POMÓŻ INNYM OSIĄGNAĆ SUKCES, A I TY GO OSIĄGNIESZ NETWORKING NA RYNKU EVENTOWYM

Ogromnej ilości definicji networkingu nie sposób zliczyć. Wiadomo jednak na pewno, że wiąże się on z poznawaniem ludzi, rekomendowaniem się i prowadzeniem w ten sposób biznesu. Moda na networking dopiero wchodzi do Polski, ale już widać ogromny, towarzyszący mu rozmach. Co kryje się pod tym pojęciem? Jak go używać skutecznie oraz jakie korzyści przynosi w biznesie opowiada Grzegorz Turniak, Prezes Akademii Rekomendacji.

### ➤ Pojęcie networking przyszło do nas kilka lat temu. Nie wszyscy natomiast wiedzą co ono dokładnie znaczy. Proszę powiedzieć jak Pan definiuje networking.

Grzegorz Turniak: Posługuję się kilkoma definicjami w zależności od celu, jakiemu ma służyć. Networking oznacza wprowadzanie do naszej sieci kontaktów informacji o tym, co posiadamy, co wiemy i otrzymywanie zwrotnych informacji krążących w naszej sieci. O networkingu można także mówić jako procesie zbierania, przechowywania i dystrybuowania informacji z wzajemną korzyścią w sieci.

To także proces tworzenia. Tworzysz sposoby służenia i pomagania ludziom w rozwoju. Rozwijasz się, kiedy pomagasz innym się rozwijać. W networkingu chodzi

o tworzenie społeczności i bycie jej częścią. Społeczności opartej na szczodrym dawaniu i złożonej z ludzi, którzy są najlepsi w tym, co robią. Filozofia networkingu jest prosta i oparta na zasadzie wzajemności: pomóż innym osiągnąć sukces, a i ty go osiągniesz. Po wielu latach uprawiania networkingu pokusiłem się o dwie podobne sentencje: Networking jest katalizatorem innowacji i oznacza świadome dawanie szansy przypadkowi.

### ➤ Niektórzy nie wierzą w siłę networkingu. Jakie korzyści on przynosi dla każdej ze stron?

Korzyści z szerokiej i silnej sieci kontaktów można dostrzec w trzech obszarach. Przede wszystkim w obszarze kariery. Zarówno wysoka efektywność jak i awans

są łatwiejsze, gdy ma się wokół życzliwych ludzi. Badania konsultantów kariery pokazują, że ponad 60% ludzi znajduje kolejną pracę dzięki poleceniom znajomych. Networking przydaje się również w sprzedaży. 98% przedsiębiorców twierdzi, że rekomendacje są ważne dla rozwoju firmy, ale tylko 3% z nich ma wdrożony system zarządzania procesem pozyskiwania rekomendacji. Dzięki poleceniom sprzedaż jest przyjemniejsza i łatwiejsza, tańsza i szybsza, powoduje, że mamy lojalnych klientów. A klienci nie ryzykują czasu i pieniędzy korzystając z poleconych produktów i usług.

Trzecią ważną korzyścią jest rozwój biznesu, czyli znalezienie dobrych pracowników, partnerów, dostawców, wspólników, inwestorów, doradców. Gdy oprzeemy kulturę firmy o polecenia tworzymy efektyw-

ny ekosystem, w którym funkcjonowanie jest mniej stresujące i kosztowne.

### ➤ Może Pan udowodnić skuteczność networkingu podając kilka przykładów z życia wziętych, które świadczą o skuteczności sieci kontaktów. Czy pośredniczył Pan w podpisaniu dużego przedsięwzięcia, ogromnej inwestycji zrealizowanej dzięki rekomendacją?

Robię to od wielu lat, a od dziesięciu w sposób ustrukturyzowany, rozwijając społeczności networkingowe BNI w Polsce. Byłem świadkiem wielu skutecznych rekrutacji pracowników. Zawarto nawet kilka małżeństw wśród członków i gości naszych spotkań. Najlepszym przykładem skuteczności networkingu jest powstanie wielu spółek. Największa to grupa kapitałowa KRK, której kilkunastu wspólników poznało się podczas spotkań BNI. Obecnie firma ta zatrudnia 1400 pracowników.

### ➤ Często organizatorzy nazywają przerwę kawową z networkingiem. Czy zgadza się Pan z tym?

Dobrze, że zaczęto zwracać uwagę na wagę networkingu podczas wydarzeń biznesowych. Przez pierwsze 20 lat po transformacji w Polsce uczestnicy konferencji sądzili, że przychodzą na nie tylko po wiedzę jawną, serwowaną przez prelegentów. Opisałem to zjawisko i nazwałem je zasadą Pareto konferencji. 80% uczestników nie miało świadomości, że coraz ważniejsza jest wiedza ukryta, niejawna, którą można pozyskać rozmawiając z innymi uczestnikami konferencji. A ponieważ Polacy nie potrafili uprawiać networkingu, korzystali zaledwie z wiedzy ogólnodostępnej. Cieszę się, że promowane przeze mnie sesje networkingowe coraz częściej pojawiają się w agendzie wydarzeń.

### ➤ W większych miastach organizowanych jest wiele spotkań networkingowych. Jak się przygotować do takich wydarzeń?

Szkolenia, konferencje czy miksery biznesowe są doskonałą okazją do poznawania nowych ludzi. Wybierając się na taką imprezę najlepiej postawić sobie cele związane zarówno z wiedzą, jaką można zdobyć, ale również z tym, ilu ludzi warto poznać. Najlepiej przyjść wcześniej, być aktywnym i odważnym. Nawiązać kilkanaście wartościowych relacji i wymienić się wiedzą i doświadczeniami.

O czym warto pamiętać idąc na wydarzenie? O przełamaniu lodów z ludźmi. Zaczyna się od nawiązania kontaktu wzrokowego z uczestnikami wydarzenia, wysłaniu uśmiechu i przywitaniu się.

Zainteresuj się poznanymi osobami, zapytaj skąd się dowiedzieli o wydarzeniu, kogo znają, a kogo chcieliby poznać. Szukaj co was łączy, co macie wspólnego. Dbaj o pozytywną, otwartą postawę ciała. Warto też minglować, czyli zmieniać grupki rozmówców co 5-10 minut. To wyższa szkoła jazdy, ponieważ zarówno podejście do kilku rozmawiających osób jak i odejście nie jest łatwe. Z pewnością profesjonalni organizatorzy mogą być pomocni w odpowiednim aranżowaniu miksowania się uczestników.

### ➤ Jak firma powinna wykorzystać sieć kontaktów przychodząc na wydarzenie? Jaka jest rola networkingu w sprzedaży?

Największa pułapka, w którą wpadają handlowcy polega na tym, że zamiast poznawać nieznajomych całe spotkanie rozmawiają ze znajomymi. W ten sposób tracą czas, gdyż nie nawiązują nowych relacji, nie uruchamiają zasady wzajemności. Networking jest elementem procesu sprzedaży. Najpierw do klienta dociera poprzez media przekaz marketingowy, potem poznajemy klienta podczas cold call lub networkingu na ewencie. A dopiero podczas spotkania jeden na jeden finalizuje się sprzedaż.

### ➤ Czy uważa Pan, że organizator eventu jest sam w stanie zapewnić dobry networking uczestnikom? Czy jednak wymaga to profesjonalnego przygotowania?

Wszyscy obserwujemy coraz większą specjalizację i outsourcing poszczególnych usług, które nie są istotą prowadzonego biznesu. Firma eventowa nie serwuje kawy i obiadów, a wynajmuje firmę cateringową. Podobnie z tłumaczami, hostesami itp. Organizator wydarzenia powinien koordynować dostawców i czuwać nad jego sprawnością i bezpieczną realizacją. Uważam, że efektywniej jest korzystać z zewnętrznych ekspertów, dlatego lepiej zadbać o networking organizowany przez profesjonalistów.

### ➤ Jaka formę networkingu Pan preferuje. Czy podczas wydarzeń, czy jednak umawiając ludzi bezpośrednio ze sobą?

Kocham przełamywać lody między uczestnikami, obserwować jak rodzą się nowe znajomości, relacje, przyjaźnie i biznesy. Moim powołaniem i misją zespołu Akademii Rekomendacji jest rozwijanie kompetencji networkingowych przedsiębiorców i profesjonalistów tak, aby świadomie i skutecznie budowali wartościowe relacje. Korzystając z nich mądrze mogą zarządzać karierą oraz rozwijać firmę.

Robimy to na kilka sposobów. Poprzez szkolenie profesjonalistów z korporacji i przedsiębiorców jak uprawiać networking na eventach, organizację popołudniowych konferencji Akademia Grzegorza Turniaka, podczas której zainteresowani mogą przeżyć i doświadczyć efektów dobrze poprowadzonego networkingu i szkoleń. Szkolimy również zespoły handlowców i konsultantów firm, które organizują dla swoich klientów konferencje, gale, dni otwarte, aby zadbać o wyjątkowy customer experience. Dla przedsiębiorców i profesjonalistów prowadzimy Networking Concierge Club – społeczność, której członkowie doskonale swoje umiejętności networkingowe podczas sesji networkingowych na wydarzeniach dla kadry menadżerskiej czy właścicieli firm i jednocześnie nawiązują wartościowe relacje biznesowe i osobiste.

### ➤ Jak widzi Pan przyszłość networkingu w Polsce?

Jesteśmy na początku drogi. Cieszy fakt, że pokolenie wychowane w wolnej Polsce porzuciło nieskuteczne przekonania pokoleń pamiętających PRL. Polscy przedsiębiorcy są głodni nowych rozwiązań, nowych narzędzi i sposobów budowania relacji. Chętnie się ich uczą, działają w różnych organizacjach, budują kapitał społeczny. To dobrze rokuje. Jestem szczęśliwy, że mogę być częścią tych pozytywnych zmian i wnoszę swój drobny wkład w to wszystko.

Rozmawiała Paulina Pięta

GRZEGORZ TURNIAK - z wykształcenia inżynier elektroniki. Z zamiłowania - inspirujący mówca, pasjonat i niestrudzony orędownik wartościowej idei networkingu. Mingling maven – poprowadził ponad 1000 sesji networkingowych dla ponad 100.000 uczestników. W lutym 2006 wprowadził na polski rynek firmę BNI Polska. Obecnie jest prezesem spółki szkoleniowo-doradczej Akademia Rekomendacji. Poprzednio w swojej karierze pełnił m. in. funkcje Prezesa Jobpilot Polska, HR Sector Sales Manager - SAP Polska, Managing Director-Neumann Management Institute, Dyrektora Polskiej Międzynarodowej Szkoły Zarządzania. Współautor książek: Alchemia Kariery z J. Santorskim, Profesjonalny networking. Kontakty które procentują z R. Wendtem, Praktyczny poradnik networkingu z W. Antosiewiczem. Zanurz się w błękitnym oceanie. Jak networking wspiera rozwój firm z K. Rumianowskim. W wolnych chwilach pomaga w sprzedaży firm.



## EVENTY NA STADIONIE PIŁKARSKIM OD A DO Z

Każdy obiekt eventowy ma swoją specyfikę. Stadion piłkarski to ogromna przestrzeń, którą można wykorzystać na różnorakie sposoby. Jak wygląda logistyka na dużym obiekcie piłkarskim, które eventy przynoszą największe zyski oraz jak zmienił się sposób spędzania czasu wolnego przez Polaków wypowiada się Jakub Marcin Opara Prezes Spółki PL.2012+, zarządzającej PGE Narodowy.

### ➤ 2015 rok okazał się przełomowy dla PGE Narodowego. Jest to samofinansujące się przedsięwzięcie. Dlaczego nie pobieracie żadnych dotacji z budżetu państwa?

Jakub Marcin Opara: Nie ma takiej potrzeby, gdyż spółka wypracowała w 2015 roku 2,1 mln zł zysku. Dzięki przychodom na poziomie 48 mln zł operator pokrył wszystkie koszty związane z działalnością. Samofinansowanie trwa już 2 lata, dzięki dywersyfikacji przychodów, przy jednoczesnej optymalizacji kosztów. Wydarzenia dzielimy na: całostadionowe (przychody: 13 mln zł), działalność biznesową (wydarzenia B2B, wynajem łóż, partnerstwa korporacyjne, 29 mln zł) oraz wynajem powierzchni (6 mln zł).

### ➤ Co się zmieniło na przestrzeni tych lat w PGE Narodowy? Jak wygląda rozwój obiektu sportowego?

Kamieniem milowym było oddanie obiektu w zarząd spółce PL.2012+, która wdrożyła nowy model zarządzania oraz nowa-

torską strategię generowania przychodów. Towarzyszyła temu stała optymalizacja kosztów oraz prace nad zmianą wizerunku. Sukcesem była strategia 360 stopni: 1/3 to wydarzenia sportowe, 1/3 rozrywkowe i 1/3 społeczne.

Bardzo ważne są wydarzenia całostadionowe. Największy przychód dają jednak eventy B2B. W roku organizowanych jest 300 wydarzeń biznesowych (targi, konferencje, kongresy, eventy firmowe). W rozwoju obiektu niezwykle istotna była komercjalizacja w 2014 roku. Stworzono ofertę wynajmu biur. W ciągu roku wynajęto całą powierzchnię - 10 tys. m kw. Powstała oferta wycieczek oraz udostępniono mieszkańcom tereny zewnętrzne. W ramach działań CSR operator prowadzi darmowe warsztaty: biegowe, rolkarskie czy longboardowe. Rocznie około 200 wydarzeń społecznych.

### ➤ Który z dotychczasowych eventów było dla Was największym wyzwaniem?

Z każdym eventem wiąże się wiele wyzwań. Zespół operacyjny musi być zawsze w pełni skoncentrowany. 2015 rok był

bardzo piłkarski: reprezentacja Polski, finał Ligi Europy oraz Finał Pucharu Polski. Z meczem Lech – Legia wiązało się ryzyko. Najtrudniejsze chwile przeżyaliśmy jednak bez wątpienia podczas SGP na Narodowym. W związku z błędami po stronie duńskiej firmy budującej tor zawody zostały przerwane. Najważniejsze są jednak szybko wyciągnięto wnioski. Tegoroczne Speedway Grand Prix zakończyło się sukcesem.

### ➤ Stadion to nie tylko jednorazowe wydarzenia, ale również wiele stałych ekspozycji. Proszę powiedzieć jak wygląda rozwój rynku eventowego.

Stadion można wykorzystać do organizacji różnych wydarzeń. Od sportu, poprzez biznes, rozrywkę, kulturę, sztukę na nauce kończąc. Naszym celem było stworzenie miejsca atrakcyjnego na co dzień. Stąd postawiliśmy na stałe atrakcje i wystawy. Wyraźnie widać jak zmienia się sposób spędzania czasu wolnego przez Polaków. Rośnie zapotrzebowanie na nowe formy aktywizacji, które powinny być dostępne dla wszystkich grup wiekowych.

Zmiany widać również na rynku B2B. Przedsiębiorcy coraz częściej inwestują w wizerunkowe wydarzenia biznesowe dostrzegając korzyści z takich działań. Cieszymy się, że możemy być częścią tych zmian.

### ➤ Bardzo dużym wyzwaniem jest logistyka na tak dużym obiekcie. Czy możecie zdradzić jak wygląda proces logistyczny przed dużym wydarzeniem?

Inaczej wyglądają przygotowania do targów, koncertu na płycie, inaczej do meczu czy konferencji biznesowej. Oczywiście są stałe elementy. Elastyczne plany operacyjne sprawiły, że już na pierwszym spotkaniu rekomendujemy organizatorom najlepsze rozwiązania. Infrastrukturę targową budujemy w 3 dni. Przygotowania do meczu zaczynamy jednak już 2 tygodnie wcześniej. W każdej operacji najważniejszy jest harmonogram. W związku z tym, że w sezonie odbywa się wiele wydarzeń, kluczowym aspektem jest czas. Każdy szczegół musi być wykonany w odpowiednim momencie. By zdążyć na czas zdarza się, że jest instalowanie odbywa się podczas demontażu poprzedniego eventu.

### ➤ Społeczeństwo jest coraz bardziej zautomatyzowane. Czy na co dzień korzystacie z technologii, które ułatwiają Wam pracę i uczestnikom wyciągnięcie z wydarzeń jak najwięcej?

Przewaga nad innymi obiektami opiera się na technologii. Mam na myśli przede wszystkim zamykany dach i wielofunkcyjną płytę, która pozwala na instalowanie różnych rodzajów nawierzchni. Dzięki tym elementom PGE Narodowy był już lodowiskiem, torem wyścigowym, stadionem lekkoatletycznym, basenem windsurfingowym oraz parkietem do siatkówki.

Pracujemy nad kolejnymi rozwiązaniami. Wkrótce uruchomimy aplikację mobilną. Marzymy o modelu, w którym poprzez aplikację każdy gość będzie mógł zamówić jedzenie lub picie do swojego krzeselka.

### ➤ Stadion to nie tylko obiekt, ale również ludzie. Czy możecie zdradzić ile osób stoi za sukcesem takiego dużego przedsięwzięcia?

Zespół PL.2012+ to dziś ponad 60 osób. To pracownicy różnych działów: bezpieczeństwo, technika, dział eventów, dział komunikacji i promocji, planowanie, IT, sprzedaż, VIP/hospitality. Podczas wydarzeń całostadionowych wspierają nas pracownicy zewnętrzni. Mogę zdradzić, że podczas pierwszej edycji meczu finałowego Pucharu Polki pracowało 850 osób ze służb informacyjno-porządkowych i 50 członków sztabu medycznego, a ponad 150 osób dbało o stronę techniczną.

### ➤ Na jakie największe problemy natknęliście się w działalności stadionu i jak sobie z nimi poradziliście?

Największym wyzwaniem było odczarowanie stadionu nazywanego basenem narodowym. Gdy w styczniu 2013 roku zostaliśmy operatorem problemem była opinia o obiekcie. Dlatego wdrożyliśmy nową strategię marki. Dzięki jej konsekwentnej realizacji, dziś PGE Narodowy to obiekt, który kojarzy się z sukcesem. Jednym z kluczowych projektów, który nam w tym pomógł był Windsurfing na Narodowym. Wydarzenie, które raz na zawsze zamknęło temat basenu narodowego.

### ➤ PGE Narodowy to najbardziej rozpoznawalny obiekt w Polsce. Jak chcecie się rozwijać w najbliższych latach? Jakie są Wasze priorytety w działaniu?

Nadal chcemy być numerem jeden w przemyśle czasu wolnego. Nie będzie to łatwe, bo rynek eventowy w Polsce cały czas się rozwija i w naszym kraju pojawiają się nowe obiekty. Wierzę jednak, że dzięki konsekwencji w działaniu utrzymamy frekwencję na poziomie 2 mln gości. Mogę zdradzić, że w 2017 roku planujemy między innymi wielkie całostadionowe wydarzenie e-Gamingowe.

Rozmawiała Paulina Pięta

JAKUB MARCIN OPARA - Prezes Spółki PL.2012+ zarządzającej PGE Narodowy, historyk i ekonomista. Absolwent Uniwersytetu Warszawskiego i Szkoły Głównej Handlowej. Od ponad dziesięciu lat związany z administracją publiczną. Zarówno centralną jak i samorządową. Przewodniczący rady Narodowego Centrum Studiów Strategicznych. Dyrektor Gabinetu Prezydenta RP Lecha Kaczyńskiego. Autor wielu publikacji o tematyce gospodarczej.

# PRESTIŻOWE KONFERENCJE

Event zaplanowany dla klienta wymagającego i z wysokimi oczekiwaniami, musi przebiegać bez zakłóceń i odbywać się w prestiżowym miejscu. Nawet najmniejszy event połączony z wyjazdem jest nie lada wyzwaniem. Wymaga od organizatora wiedzy i doświadczenia, stworzenia własnego zespołu odpowiednich osób oraz wyboru miejsca, które będzie nie tylko prestiżowe, ale zagwarantuje profesjonalną współpracę.

Hotele SPA Dr Irena Eris to trzy wyjątkowe i luksusowe obiekty - Wzgórza Dylewskie, Krynica Zdrój oraz Polanica Zdrój - z nowoczesną strefą SPA i zapleczem konferencyjnym oraz bogatym i wieloletnim doświadczeniem w organizowaniu konferencji, paneli, spotkań biznesowych dla kadry menadżerskiej. Dbalność o najwyższe standardy i doskonały serwis są zawsze priorytetem, wyróżniającym Hotele SPA na tle konkurencji. Sygnowane jedną z najsilniejszych polskich marek - Dr Irena Eris - są gwarancją prestiżu i komfortu, który odnosi się nie tylko do wyposażenia, ale i tego, jak goście czują się podczas pobytu. Indywidualne traktowanie i dobro gości są tu na pierwszym miejscu, co znalazło odzwierciedlenie w licznych nagrodach środowiska branżowego oraz w ocenach wystawianych przez samych gości. Najbardziej opiniotwórczy portal turystyczny TripAdvisor kilkakrotnie z rządu przyznał Hotelom SPA Dr Irena Eris, które od lat plasują się na pierwszym miejscu w swoim regionie, Certyfikat Jakości oraz

nagrodę Travellers' Choice. Szczególnie wysokie oceny wystawiają goście z zagranicy. I nic dziwnego, bo Hotele SPA Dr Irena Eris poza oferowaniem wysokiej jakości serwisu, są przygotowane i otwarte na obsługę gości zagranicznych. Docenił to m.in. japoński Harpers' Bazaar, który w rankingu 10 Heavens SPA umieścił jedyny polski hotel - SPA Dr Irena Eris Polanica Zdrój. Również brytyjskie wydawnictwo National Geographic Traveller od kilku lat zaprasza Hotele SPA Dr Irena Eris, jako jedyne polskie hotele, do elitarnego albumu Luxury SPA oraz SPA & Wellness The Collection, prezentującego najlepsze SPA na świecie. Niezaprzeczalnym walorem każdego z obiektów jest również jego wyjątkowe usytuowanie w otoczeniu natury sprzyjającej odnowie biologicznej, jak również stanowiącej malowniczą scenerię do różnorodnych wydarzeń plenerowych. Atrakcjami, które hotel zapewnia na miejscu jest kompleks składający się z basenów, saun i jacuzzi, strefy relaksu i fitness oraz Kosmetyczny

Instytut z nowoczesnie wyposażonymi gabinetami. W ofercie mogą znaleźć się także propozycje na zamówienie: degustacja win lub koniaków, warsztaty Akademii Gotowania czy spotkania z wybitnymi postaciami.

**Dogodna lokalizacja, jak również korzystna infrastruktura komunikacyjna sprawiają, że dojazd do Hotelu SPA Dr Irena Eris jest prosty i szybki.**

**Hotel SPA Dr Irena Eris Wzgórza Dylewskie**

- Warszawa (2,5 h), Gdańsk (2 h)

**Hotel SPA Dr Irena Eris Polanica Zdrój**

- Warszawa (4,5 h), Wrocław (1,5 h)

**Hotel SPA Dr Irena Eris Krynica Zdrój**

- Kraków (2 h), Rzeszów (2,3 h)

**Dr Irena Eris**  
HOTELE SPA



„Mam przyjemność współpracować z Hotelami SPA Dr Irena Eris od kilku lat. Mimo biznesowego charakteru moich pobytów, atmosfera sprzyjała także relaksowi i integracji pracowników. Piękne widoki w Krynicy, relaks i wyciszenie na Wzgórzach Dylewskich i w Polanicy, a do tego wymyślna kuchnia i Spa na najwyższym poziomie, decydują o wyjątkowości tych miejsc. Ze względu na profesjonalizm, zorientowanie na klienta i swobodną atmosferę panującą w hotelach zawsze z przyjemnością do nich wracam!”

Katarzyna Łęgosz, Koordynator szkoleń | Medtronic Poland Sp. z o.o.

[DrlrenaErisSpa.com](http://DrlrenaErisSpa.com)



4 STYLOWE BARY  
2 ANTRESOLE  
CENTRALNIE POŁOŻONY VIP  
SCENA WIDOCZNA Z KAŻDEGO MIEJSCA



PRZESTRONNE WNĘTRZA



MOC ATRAKCJI NA KAŻDYM EWENCIE

**BANK**  
C L U B

Bank Club to ekskluzywny klub muzyczny z największym parkietem w Warszawie. To idealne miejsce na event, spotkanie firmowe, koncert czy jubileusz w gronie najbliższych.

Bank Club mieści się w starych murach banku, jednak jego design prezentuje elegancję oraz nowoczesność.

**1200 m<sup>2</sup>**  
w samym sercu Warszawy!

W klubie znajdują się 3 bary, które obsługują imprezy do 1000 osób. Podziemia prowadzą do nowo otwartej sali, która mieści do 350 osób.

Dwa osobne wejścia, dwa poziomy, dwa kluby, dwa światy - jedno miejsce!  
Wybierz to, które jest najlepsze dla Ciebie!  
Przekrocz próg Banku i rozkoszuj się bogactwem nocy!

Zapraszam serdecznie!  
Dajana Tymon

General Manager  
+48 513 464 906  
dajana@bankclub.pl



BANK CLUB - [www.bankclub.pl](http://www.bankclub.pl)  
Mazowiecka 14 - 00-048 Warszawa



**Centrum  
Konferencyjne  
Kopernik**

ul. Wybrzeże Kościuszkowskie 20  
00-390 Warszawa  
anna.jasinska@kopernik.org.pl  
anna.paterek@kopernik.org.pl

Sale konferencyjne: 9  
- max. osób: 600

Centrum Konferencyjne Kopernik zajmuje część reprezentacyjnego i nowoczesnego budynku Centrum Nauki Kopernik. Wokół rozciągają się nadwiślańskie tereny zielone, tuż obok znajduje się Park Odkrywców, planetarium Niebo Kopernika oraz oczywiście samo Centrum Nauki Kopernik.

Centrum Konferencyjne Kopernik to idealne miejsce do organizacji wszelkiego rodzaju wydarzeń. Do Państwa dyspozycji oddajemy przestrzeń na parterze i na piętrze, którą można dowolnie aranżować, nowoczesny sprzęt konferencyjny oraz znakomitą, profesjonalną obsługę.

Na parterze Centrum Konferencyjnego znajduje się duża sala audytoryjna, w której gościli m.in. prezydenta Francji François Hollande'a, prymatolożkę Jane Goodall i twórcę owcy Dolly Keitha Cambella. Na piętrze znajduje się ogromna sala, którą można podzielić na kilka mniejszych pomieszczeń za pomocą ruchomych ścian.



**CENTRUM NAUKI KOPERNIK**  
[www.ckk.kopernik.org.pl](http://www.ckk.kopernik.org.pl)



**CZARNY POTOK**  
RESORT & SPA  
*Luxury Collection*  
★★★★

ul. Czarny Potok 65, 33 380 Krynica-Zdrój  
tel. +48 18 530 30 01  
rezerwacje@czarnypotok.com  
konferencje@czarnypotok.com

Restauracja: TAK  
Pokoje: 237  
Noclegi: 465

Sale konferencyjne: 9  
- max. osób: 800

KONFERENCJE Z WIDOKIEM NA GÓRY

Usytuowany u podnóża Jaworzyny Krynickiej, w najpiękniejszym uzdrowisku w Polsce, Hotel Czarny Potok Resort & SPA\*\*\*\* w Krynicy Zdrój to alternatywa dla wymagającego klienta. Zapraszamy do największego centrum konferencyjnego w regionie gdzie nowoczesne i multimedialne sale mogą przyjąć nawet 800 osób.

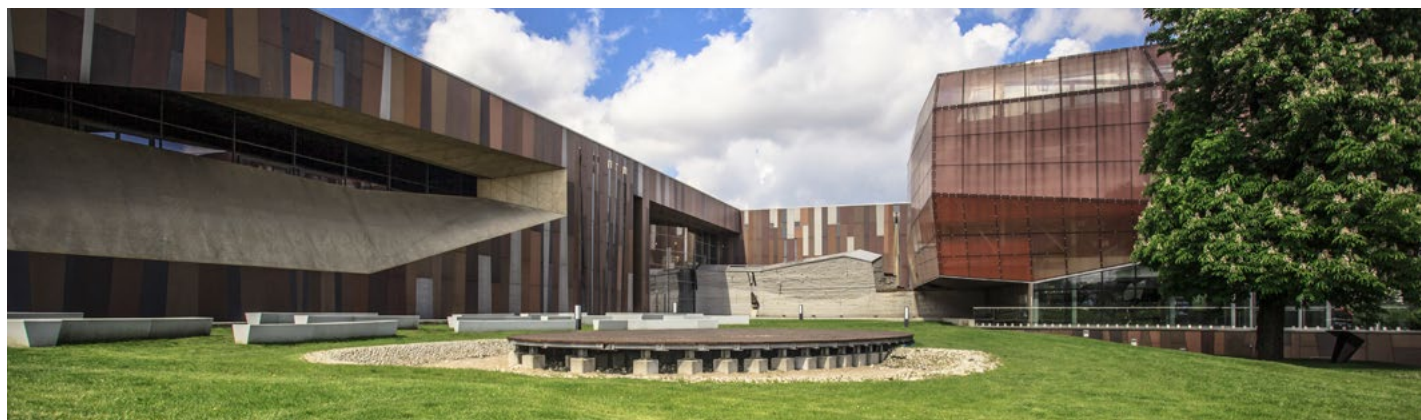
Hotel oferuje 237 komfortowych pokoi, trzy restauracje oraz centrum Wellness & SPA ze strefą VIP. Na terenie hotelu znajduje się amfiteatr mogący pomieścić do 1000 osób, gdzie odbywają się imprezy muzyczne, a także chata grillowa. Lokalizacja Hotelu zapewnia nieograniczone możliwości rekreacyjne i turystyczne, dzięki okolicznym zabytkom, krynickim pijalniom wód oraz doskonałym warunkom do uprawiania sportów zimowych oraz letnich.

Jedną z dodatkowych atrakcji jest przepływający przez teren hotelu potok, którego szum przypomina o bliskości natury. Zyczliwy personel i dedykowany opiekun gwarantują sukces każdego spotkania firmowego. Wysoki standard obiektu, łatwy dostęp do sportu i kultury, liczne udogodnienia tak dla biznesu, jak i klienta indywidualnego połączone z walorami okolicy stawiają Czarny Potok w ścisłej czołówce najlepszych obiektów turystycznych regionu.

FestiwalMarketingu.pl  
WYSTAWICA



**HOTEL CZARNY POTOK  
RESORT & SPA\*\*\*\***  
[www.czarnypotok.com](http://www.czarnypotok.com)



# MT Polska

ul. Marsa 56c  
04-242 Warszawa  
tel. 22 529 39 00 / 50  
hala@mtpolska.com.pl

Restauracja: TAK  
Targi: TAK

Sale konferencyjne: 3  
- min. osób wg preferencji organizatora  
- max. osób 10 000

Centrum MT Polska jest jednym z największych obiektów na eventowej mapie Warszawy.

Z szerokich możliwości zorganizowania imprez masowych w obiekcie, skorzystały już setki firm, agencji eventowych i artystycznych. Rokrocznie w obiekcie odbywają się targi branżowe i konsumenckie, przyciągające tłumy zwiedzających. Możliwości logistyczne obiektu pozwalają na zorganizowanie gal, eventów i kongresów, w których może wziąć udział kilka tysięcy uczestników.

Centrum MT Polska to kompleks o łącznej powierzchni 10 000 mkw. pod jednym dachem. W obiekcie istnieje możliwość wszechstronnej aranżacji powierzchni oraz konfiguracji miejsc dla uczestników. Ustawienia bankietowe, teatralne czy wielopoziomowe trybuny pozwalają dostosować przestrzeń do potrzeb organizatora oraz formuły wydarzenia. Niezależne sale konferencyjne stwarzają możliwość jednoczesnych aktywności w mniejszych grupach.

Centrum MT Polska posiada również nowoczesne rozwiązania technologiczne. Niezależne strefy akustyczne, lokalne ekrany multimedialne, komfortowe rozłożenie instalacji elektrycznej do elastycznego ułożenia przyłączy, reżyserka umożliwiająca koordynację z jednego miejsca czy skomputeryzowane stanowiska recepcyjne to tylko niektóre rozwiązania, umożliwiające realizację wydarzeń dla najbardziej wymagającego organizatora.



**CENTRUM MT POLSKA**

[www.centrummtpolska.pl](http://www.centrummtpolska.pl)



# TWOJE WYDARZENIA W NAJWIĘKSZEJ SKALI...

CENTRUM MT POLSKA • TEL. 22 529 39 00 / 50 • [WWW.CENTRUMMTPOLSKA.PL](http://WWW.CENTRUMMTPOLSKA.PL)



EVENTY

UROCZYSTE  
GALE

KONCERTY

PRODUKCJE  
TV

KONGRESY

TARGI

IMPREZY  
MOTO

IMPREZY  
SPORTOWE

SZKOLENIA

PREMIERY  
PRODUKTÓW



ul. I. Prądzyńskiego 12/14  
01-222 Warszawa  
tel. 22 256 71 08  
sales@expoxxi.pl

Restauracja: TAK  
Targi: TAK

Sale konferencyjne: 7  
- min. osób 4  
- max. osób 600



**EXPO XXI  
WARSZAWA**  
www.expoxxi.pl



EXPO XXI Warszawa to profesjonalny partner w biznesie, oferujący najwyższej jakości przestrzeń eventową do indywidualnej aranżacji oraz szereg usług dodatkowych związanych z organizacją wydarzeń specjalnych. Popularny obiekt gości w ciągu roku ponad 200 imprez, w tym wystawy, kongresy, konferencje, gale, pokazy mody, seminaria, bankiety, targi, imprezy kulturalne i sportowe oraz koncerty. Rocznie EXPO XXI Warszawa odwiedza kilkaset tysięcy osób. Największym kapitałem EXPO XXI jest doświadczenie i sprawdzony zespół specjalistów. Aby sprostać rosnącemu zainteresowaniu zagranicznych klientów, w 2014 roku utworzono także wydział specjalizujący się w pozyskiwaniu i obsłudze zagranicznych wydarzeń.

EXPO XXI oferuje gościom ponad 20 000 m<sup>2</sup> specjalistycznej powierzchni, w tym 13 500 m<sup>2</sup> w czterech halach, 1 500 m<sup>2</sup> w ramach dziesięciu sal konferencyjnych i pokojów do rozmów oraz 5000 m<sup>2</sup> terenu ekspozycji zewnętrznej z parkingiem na 1500 samochodów. Obiekt jest przystosowany do potrzeb osób niepełnosprawnych.

Wysoki standard usług EXPO XXI potwierdzają organizacje branżowe, których obiekt jest członkiem: UFI, ICCA, Polska Izba Przemysłu Targowego, Warszawska Organizacja Turystyczna, Stowarzyszenie Branży Eventowej oraz Związek Pracodawców Warszawy i Mazowsza. EXPO XXI Warszawa należy do Sapphire Group Poland, właściciela spółek EXPO XXI, Blue Business Media i Sapphire Ventures.



**PROFESJONALNY PARTNER W BIZNESIE**

**Eventy biznesowe | Gale | Koncerty | Konferencje | Kongresy**

**Pokazy mody | Premiery produktów**



**Produkcje filmowe | Seminaria | Targi i wystawy  
Warsztaty | Wydarzenia Specjalne**



EXPO XXI Warszawa to nowoczesne miejsce, przygotowane do profesjonalnej obsługi wszelkiego rodzaju wydarzeń specjalnych.

ul. Prądzyńskiego 12/14  
Warszawa

www.expoxxi.pl

+48 22 256 71 22  
+48 664 49 46 50

marketing@expoxxi.pl

# inea STADION

ul. Bułgarska 17  
60-320 Poznań  
tel. +48 61 886 30 50  
kontakt@ineastadion.pl

Restauracja: TAK  
Targi: TAK

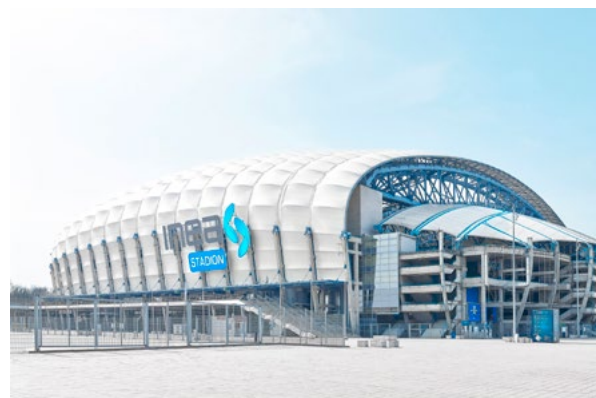
Salie konferencyjne: 50  
- min. osób 10  
- max. osób 1000

Pojemność INEA Stadionu wynosi ponad 42 tysiące widzów. Poza meczami Ekstraklasy, Pucharu Polski oraz Ligi Europejskiej, na stadionie odbywały się mecze Euro 2012 oraz wiele innych spotkań rangi międzynarodowej, w tym 11 z udziałem naszej reprezentacji. Oprócz licznych wydarzeń piłkarskich, była to także arena wielu spektakularnych eventów z innych dziedzin sportu, m.in. lekkoatletycznej i motorowej. Nie brakowało także doniosłych imprez muzycznych i kulturalnych, takich jak: koncerty Alicji Key's, Iron Maiden, czy spotkanie w ramach cyklu „Życie bez ograniczeń”, na którym gościem był światowej sławy mówca Nick Vujčić.

INEA Stadion to także najciekawsze miejsce w Poznaniu na zorganizowanie wyjątkowego eventu biznesowego. Do dyspozycji klientów jest ponad 50 nowoczesnych i w pełni wyposażonych pomieszczeń o powierzchni od 20 do 1600 mkw., w tym kilkusetosobowe sale konferencyjne oraz kameralne saliki do spotkań warsztatowych. Specjalną atrakcją jest możliwość organizacji wydarzenia w jednym z reprezentatywnych miejsc, m.in. w Łoży Prezydenckiej, Sali Business Lounge czy w Szatni Piłkarzy Lecha Poznań. To jednak nie wszystko – na INEA Stadionie powstaje właśnie nowoczesna Sala koncertowo-eventowa.

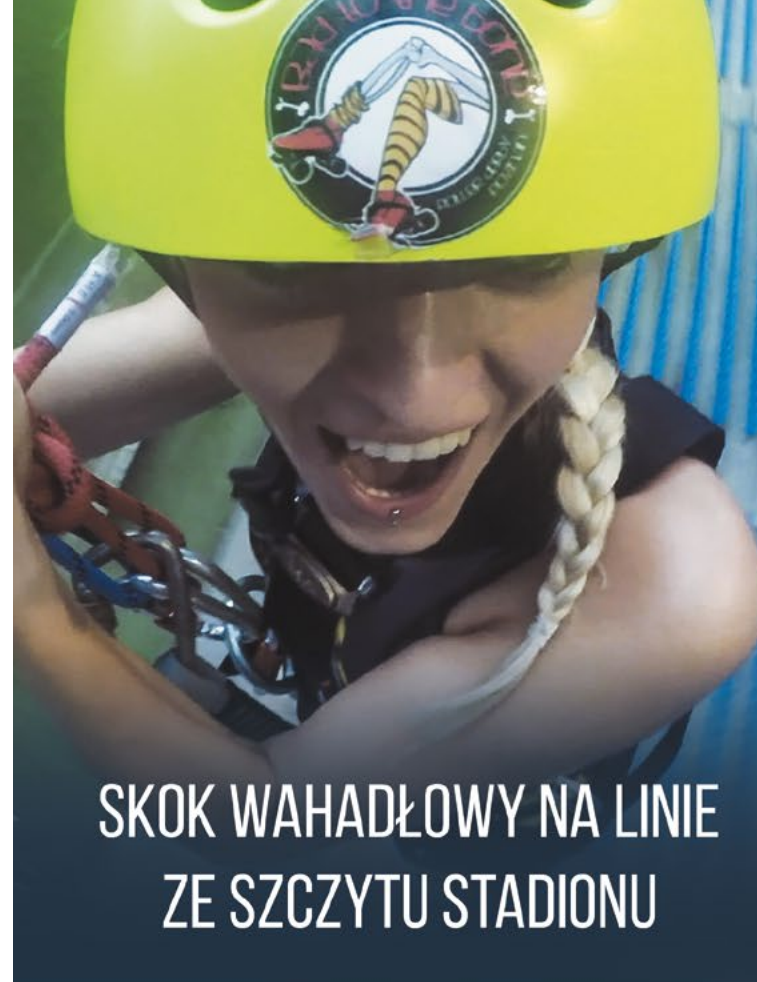
Nowością na obiekcie jest Joy Factory – atrakcje na wysokościach, która zapewni adrenalinę i rozrywkę dla dorosłych i dzieci. Od zwiedzania kopuły Stadionu przez pamiętkowe zdjęcia na szczycie aż po skoki wahadłowe.

Jednym zdaniem – w Poznaniu najbardziej emocjonujące eventy odbywają na INEA Stadionie!



## INEA STADION

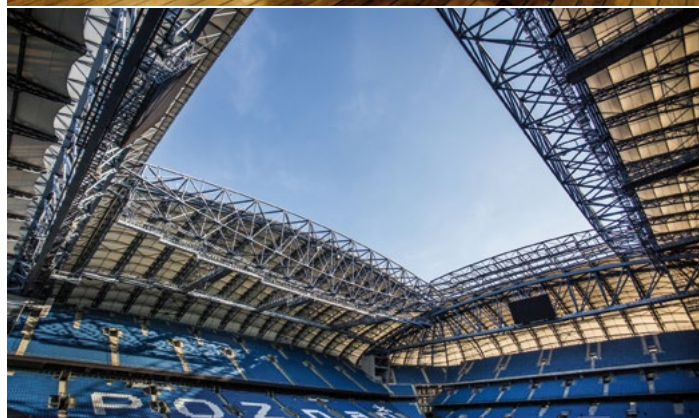
[www.ineastadion.pl](http://www.ineastadion.pl)



SKOK WAHADŁOWY NA LINIE  
ZE SZCZYTU STADIONU



ZWIEDZANIE DACHU STADIONU  
DLA DZIECI I DOROSŁYCH



ZDJĘCIA ŚLUBNE I PAMIĄTKOWE  
NA TLE STADIONU



TE I WIELE INNYCH  
ATRAKCYI CZEKAJĄ  
NA CIEBIE RAZEM  
Z JOY FACTORY  
NA INEA STADIONIE

SPRAWDŹ:   
[WWW.JOYFACTORY.PL](http://WWW.JOYFACTORY.PL)



**Król Kazimierz  
Hotel & SPA**  
★★★★

ul. Puławska 86  
24-120 Kazimierz Dolny  
tel. 81 880 99 99  
rezerwacja@krolkazimierz.pl

Restauracja: TAK  
Pokoje: 115  
Noclegi: 230

Sale konferencyjne: 6  
- max. osób 1000



**HOTEL KRÓL KAZIMIERZ \*\*\*\***  
[www.krolkazimierz.pl](http://www.krolkazimierz.pl)



Położony w zakolu Wisły, u podnóża Góry Trzech Krzyży, otoczony parkiem krajobrazowym – Kazimierz Dolny to jedno z najbardziej urokliwych miejsc w Polsce. Tu legendy przeplatają się z historią, a w zabytkowych murach Hotelu Król Kazimierz kryją się królewskie tajemnice. Luksusowy hotel wyróżnia się wyrafinowanym, nowoczesnym designem, umiejętnie zestawionym z XVII-wieczną architekturą dawnego spichlerza zbożowego. W kolumnach patio odnajdujemy ślad kazimierskich kamienic, a efektowny bar w kształcie łodzi symbolizuje podróż i podkreśla usytuowanie nad samym brzegiem Wisły.

Malownicze położenie hotelu zapewnia znakomitą scenografię dla rodzinnego wypoczynku, bezstroskiej odnowy w luksusowym SPA, ale też dla wydarzeń o charakterze biznesowym czy naukowym.

Organizatorzy konferencji, warsztatów, szkoleń oraz imprez okolicznościowych mają do dyspozycji cztery komfortowe sale, które po ich połączeniu z patio i częścią restauracyjną budują idealną przestrzeń dla konferencji i bankietów nawet dla tysiąca osób! Kameralne spotkania można z powodzeniem zorganizować w mniejszych salach, apartamencie konferencyjnym lub na tarasach.



**BIZNES I WYPOCZYNEK W JEDNYM MIEJSCU**  
[www.cfihotels.pl](http://www.cfihotels.pl)



Król Kazimierz  
Hotel & SPA  
★★★★

**MISURIA**  
HOTEL & SPA  
★★★★



Boutique Hotel's




**LUBELSKIE  
CENTRUM  
KONFERENCYJNE**

Artura Grottgera 2  
20-029 Lublin  
tel. 81 718 09 00  
lck@lcklubelskie.pl

Sale konferencyjne: 11  
- max. osób 350


**LUBELSKIE CENTRUM  
KONFERENCYJNE**  
[www.lcklubelskie.pl](http://www.lcklubelskie.pl)

**WYBIERZ LUBELSKIE I...**

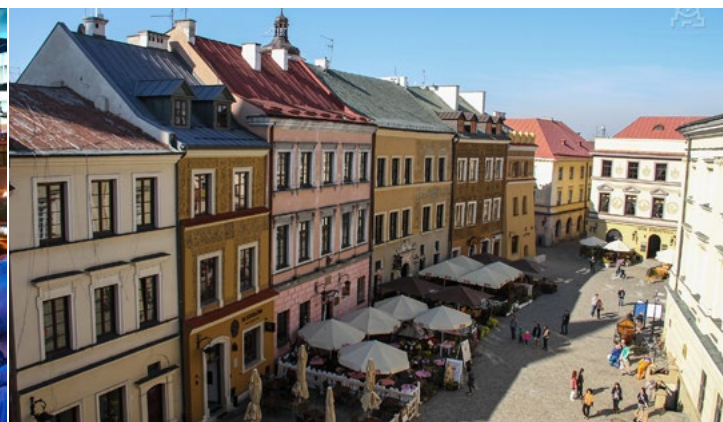
**POZNAJ REGION** o bogatej historii i wielokulturowej tradycji. Ze względu na swoje położenie geograficzne przy wschodniej granicy Unii Europejskiej jest idealnym miejscem dla inwestorów. Lubelskie to świetne miejsce dla turystów lubiących aktywny wypoczynek. Biegający przez część województwa Wschodni Szlak Rowerowy pozwoli łatwo dotrzeć do wspaniałych miejsc regionu.

Ponadto Lubelskie oferuje miejsca i zabytki związane z różnymi kulturami i religiami. Znakomitym przykładem przenikania kultury i religii wschodu i zachodu Europy jest Kaplica Trójcy Świętej na lubelskim Zamku. Jedną z wizytówek regionu jest Zamość – miasto renesansu z listy światowego dziedzictwa UNESCO.

**POZNAJ LUBLIN** Miasto Inspiracji o ponad siedmowiekowej historii i tradycji wielu kultur. Mają tu miejsce liczne wydarzenia artystyczne, kulturalne, muzyczne, które co roku ściągają do Miasta tysiące turystów.

Lublin jest jednym z największych ośrodków akademickich w kraju z czterema uniwersytetami, Politechniką Lubelską i kilka uczelniami prywatnymi.

Z roku na rok Lublin staje się destynacją dla co raz większej ilości prestiżowych wydarzeń, szczególnie w branży medycznej, czy informatycznej. Dzieje się to dzięki dynamicznej rozbudowie sieci obiektów konferencyjnych, hoteli oraz gastronomii. Lublin Airport jest jednym z udogodnień jakie czeka inwestorów przybywających na Lubelszczyznę, a ciągle rozbudowująca się sieć dróg krajowych i autostrad ułatwia dojazd do Lublina i innych ważnych ośrodków regionu.


**SALE KONFERENCYJNE**
**POWIERZCHNIE WYSTAWIENNICZE**
**SPOTKANIA BIZNESOWE**


**LUBELSKIE  
CENTRUM  
KONFERENCYJNE**

Wybrane międzynarodowe i krajowe wydarzenia  
w **Lubelskim Centrum Konferencyjnym w 2016r.**

- XLI Zjazd Naukowy Polskiego Towarzystwa Ortopedyczno-Traumatologicznego, **22-24 września**
- Kongres Inicjatyw Europy Wschodniej 2016, **29 września-01 października**
- XXIV Edycja Pacific Voice Conference – EU Poland Edition, **7-8 października**
- XI Międzynarodowe Sympozjum „Choroby przełyku i żołądka”, **13-14 października**
- IV Polski Kongres Przedsiębiorczości, **27-28 października**



# MASURIA

HOTEL & SPA  
★★★★

Worliny 33  
14-105 Łukta  
+48 885 590 021  
repcja@masuria.com.pl

Restauracja: TAK  
Pokoje: 65  
Noclegi: 140

Sale konferencyjne: 6  
- max. osób 300

Wśród lasów, w samym sercu rezerwatu przyrody i rezerwatu bobrów na rzece Pasłęce, tuż nad brzegiem jeziora Isąg, położony jest wysokiej klasy, komfortowy i nowoczesny Hotel Masuria. Prywatna plaża, piękne trasy rowerowe, dostęp do sprzętu pływającego i wędkarskiego oraz świetnie wyposażony teren rekreacyjny nie zostawiają przestrzeni dla nudy, gwarantując przy okazji swobodną i kameralną atmosferę. Ten czterogwiazdkowy obiekt jest idealnym miejscem rodzinnego wycieczki, jak również doskonałą przestrzenią dla wydarzeń o charakterze biznesowym.

Centrum konferencyjne Hotelu Masuria, jego nowoczesne i wygodne sale z wyposażeniem oraz pomocny i kompetentny zespół pozwalają połączyć efektywną pracę z niezapomnianym wypoczynkiem. Czas wolny uatrakcyjni klub nocny, kręgielnia czy sala bilardowa.

Hotel Masuria to również idealna propozycja dla relaksu i odnowy. Esencją przyjemności zapewni gościom hotelowe SPA z jedynej w tej okolicy kapsułą SPA oraz centrum wellness z basenami i saunami. Regenerację sił witalnych gwarantuje też sauna fińska, malowniczo usytuowana nad brzegiem jeziora. O wrażenia kulinarne zadba restauracja, której menu inspirowane jest tradycją Warmii i Mazur.



## MASURIA HOTEL&SPA \*\*\*\*

[www.hotelmasuria.pl](http://www.hotelmasuria.pl)




## My Warsaw Residence

- HOTEL CZARNY KOT -

ul. Okopowa 65  
01-042 Warszawa  
tel. 22 530 50 00  
info@mwr.com.pl

Restauracja: TAK  
Pokoje: 49  
Noclegi: 89

Sale konferencyjne: 3  
- min. osób 8  
- max. osób 100

Proponujemy organizację i obsługę imprez firmowych i szkoleń, spotkań i negocjacji handlowych spotkań towarzyskich i integracyjnych. Dla obsługi spotkań firmowych posiadamy: 2 sale konferencyjne do 100 i 60 miejsc dla szkoleń, sala dla VIPów na 12 miejsc, możliwość wynajmu dowolnego sprzętu audio-wizualnego, możliwość zamówienia obsługi – hostess, pilotów, transportu, pomocy w organizacji innych stołecznych atrakcji. Naszym Klientom zapewniamy wszelkie narzędzia do zorganizowania wyjątkowej imprezy firmowej lub uroczystości rodzinnej. Dzięki wypróbowanym partnerom oraz własnemu doświadczeniu możecie Państwo mieć pewność, że wybierając nas, powierzyliście swoją imprezę lub spotkanie profesjonalistom.

Specjalnością My Warsaw Residence są imprezy:

- Hawaii Party / Rio – specjalna tropikalna dekoracja w klubie na 300 osób
- Chicago lub Gangsta Party – impreza w stylu lat 20.
- Bal Maskowy – Wenecja lub Cannes na Salach Bałowych.

Zapraszamy do komfortowego obiektu oferującego luksusowe pokoje i apartamenty. Posiadamy 49 pokoi w tym:

- 2 x Apartament Słoneczny
- 1 x Apartament Prezydencki
- 5 x Pokoi o podwyższonym standardzie z pokojami kąpielowymi.

Klientom udostępniamy saloniiki biznesowe idealne na potrzeby rekrutacji.



## MY WARSAW RESIDENCE

[www.mwr.com.pl](http://www.mwr.com.pl)




## My Warsaw Residence

- HOTEL CZARNY KOT -



**POKOJE I APARTAMENTY | SALE KONFERENCYJNE | EVENTY I BANKIETY**  
ul. Okopowa 65, Warszawa | tel. 22 530 50 00 | [www.mwr.com.pl](http://www.mwr.com.pl)

# Multikino

ul. Mokotowska 49  
00-542 Warszawa

tel. 513 111 868  
konferencje@multikinomedia.pl

Multikino to sieć 33 kin w całej Polsce. To doskonałe miejsce na organizację konferencji, szkolenia, zamkniętego pokazu filmowego, czy eventu integracyjnego dla Twojej firmy.

Dlaczego kina sieci Multikino są najlepsze do organizacji spotkań?

Prezentacje na wielkim ekranie – zwiększają atrakcyjność prezentacji i skuteczność przekazu, dając efekt niemożliwy do uzyskania w hotelowych salach konferencyjnych. Wystarczy podstawowy sprzęt w postaci laptopa i prezentacja multimedialna aby zrobić piorunujące wrażenie na zaproszonych gościach.

Co nas wyróżnia:

Transmisje konferencji – nawet do 7000 uczestników

Projekcja filmu – znakomity pretekst do zaproszenia klientów i dotarcia z ofertą do dużej grupy odbiorców.

Duży zasięg – 33 kina w całej Polsce

Wygodne fotele kinowe – komfort ma kluczowe znaczenie przy wielogodzinnych spotkaniach

Kina w centrum miast – łatwy dojazd i oszczędność czasu,

Duży wybór sali – istnieje możliwość optymalnego dopasowania do potrzeb wynajmującego salę kinową.



**MULTIKINO MEDIA Sp. z o.o.**  
[www.konferencjewkinie.pl](http://www.konferencjewkinie.pl)



# centrum konferencyjne nieograniczonych możliwości

[www.mazurkashotel.pl](http://www.mazurkashotel.pl)



**12 km** | 12 km od centrum Warszawy

**15 minut** | 15 minut samochodem z Lotniska im. F. Chopina w Warszawie

**5 minut** | 5 minut od drogi A2 i S8

**158 pokoi** | 158 komfortowych dwuosobowych pokoi hotelowych

**400 miejsc** | 400 miejsc parkingowych

**3500 m<sup>2</sup>** | 3500 m<sup>2</sup> powierzchni konferencyjnej

**MCC MAZURKAS**  
CONFERENCE CENTRE & HOTEL \*\*\*\*



KONTAKT:

**+48 22 721 47 35**

bankiety@mazurkashotel.pl



ul. T. Dobrowskiego 1  
40-205 Katowice  
+48 32 213 08 57, 213 08 54  
obsługa.publicznosci@muzeumslaskie.pl

Restauracja: TAK  
Bistro: TAK

Sale konferencyjne: 10  
- min. osób: 15  
- max. osób: 320

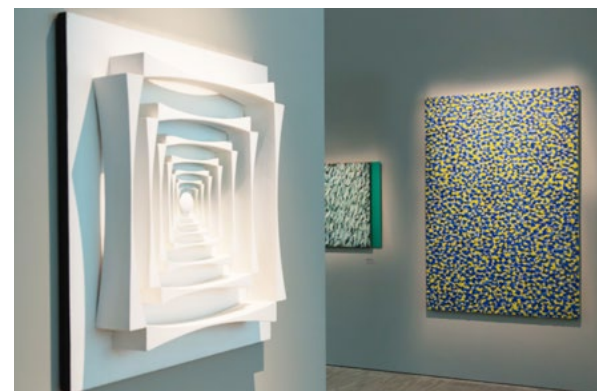
Inspiruje nas dziedzictwo Śląska, jego intelektualny i artystyczny dorobek oraz bogata tradycja wielokulturowości związana ze znaczącym niegdyś w tym regionie przemysłem. Była kopalnię węgla zamieniliśmy w unikatową „kopalnię kultury”, będącą przykładem odważnej, współczesnej architektury, zaliczonej do dziesięciu najlepszych budynków w Europie w konkursie Miesa van den Rohe w 2015 roku. W samym centrum stolicy Górnego Śląska, na głębokości 14 metrów pod ziemią, obejrzeć można bogate i różnorodne kolekcje sztuki polskiej dawnej i współczesnej, Galerię śląskiej sztuki sakralnej oraz jedyną w Polsce Galerię sztuki niemieszkalnej. Ogromne emocje i zainteresowanie wzbudza niezwykle ciekawa wystawa Światło historii. Górny Śląsk na przestrzeni dziejów. Wyjątkową w skali kraju kolekcję scenografii teatralnej i filmowej prezentuje Centrum Scenografii Polskiej na ekspozycji Laboratorium przestrzeni teatralnych. Przeszłość w teraźniejszości.

Zrewitalizowana przestrzeń parkowa to nie tylko miejsce spotkania ze sztuką, ale także pomysł na spędzenie czasu z rodziną i przyjaciółmi podczas licznych warsztatów, wykładów, seansów plenerowych i zajęć performatywnych. Do unikatowego miejsca zaprasza widoczna z daleka i górująca nad okolicą wieża widokowa, tj. dawny szyb wyciągowy „Warszawa II” kopalni „Katowice”. Umożliwia ona spojrzenie na otoczenie z tarasu umieszczonego na wysokości 40 metrów, z którego rozciąga się wspaniały widok na Strefę Kultury i całe miasto.

Zrodzone z potrzeby mieszkańców i odważnych decyzji, Muzeum Śląskie stało się najważniejszym ośrodkiem kultury w regionie, istotnym miejscem życia społecznego na Śląsku oraz znaczącym punktem na mapie kulturalnej Polski.



**MUZEUM ŚLĄSKIE W KATOWICACH**  
[www.muzeumslaskie.pl](http://www.muzeumslaskie.pl)



Muzeum Śląskie w Katowicach  
ul. T. Dobrowskiego 1  
tel. 32 779 93 00  
[www.muzeumslaskie.pl](http://www.muzeumslaskie.pl)



[www.facebook.com/muzeumslaskie](https://www.facebook.com/muzeumslaskie)  
[www.instagram.com/muzeumslaskie](https://www.instagram.com/muzeumslaskie)

Ministerstwo  
**Kultury**  
i Dziedzictwa  
Narodowego



Muzeum Śląskie w Katowicach jest instytucją kultury Samorządu Województwa Śląskiego współprowadzoną przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego



ul. Zakładowa 1  
25-672 Kielce  
tel. 41 365 12 22  
centrum@targikielce.pl

Restauracja: TAK  
Targi: TAK

Sale konferencyjne: 19  
- max. osób: 4500

#### ŚWIĘTOKRZYSKA KUŹNIA BIZNESU

Trasa Warszawa – Kraków – jedna z arterii najczęściej wykorzystywana przez polskich i zagranicznych przedsiębiorców. Zjazd z obwodnicy wskazuje kierunek „Targi Kielce”. Kątem oka dostrzec można wieżę z tą samą neonowo podświetloną nazwą. Targi Kielce – drugi w Europie Środkowo-Wschodniej ośrodek wystawienniczo konferencyjny. To tu na dobre rozgościli się m.in. przemysł obronny, branża medyczna, przedstawiciele świata nauki i biznesu.

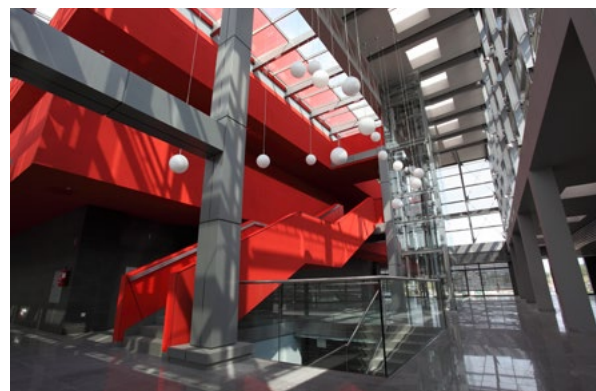
Sale konferencyjne na szczycie 57-metrowej wieży, sala kongresowa na 850 osób z dwustronną, mobilną sceną, 19 sal konferencyjnych z pełnym wyposażeniem technicznym, własne zaplecze cateringowe. Budowa Centrum Kongresowego Targów Kielce powiększyła dotychczasową przestrzeń wystawienniczą o miejsce do organizacji wszelkiego rodzaju wydarzeń zaczynając od konferencji, kongresów, a na spotkaniach firmowych i szkoleniach kończąc.

Centrum Kongresowe Targów Kielce jest idealnym miejscem nawet dla najbardziej wymagającego organizatora. Wieloletnie doświadczenie w organizacji wydarzeń – zaczynając od kilkuosobowych spotkań, a na ponad kilkutyśięcznych wydarzeniach kończąc – jest atutem tego ośrodka. Młoda i energiczna kadra służy pomocą i swoją kreatywnością.

Centrum Kongresowe ma również bezpośrednie połączenie z siedmioma nowoczesnymi halami wystawienniczymi co znacznie poszerza jego możliwości. Dzięki temu stajemy się miejscem odpowiednim do organizacji różnego rodzaju eventów, kongresów, konferencji, szkoleń czy wydarzeń specjalnych.



### CENTRUM KONGRESOWE TARGI KIELCE [www.kielcekonferencje.pl](http://www.kielcekonferencje.pl)



Jedno Centrum – wiele możliwości

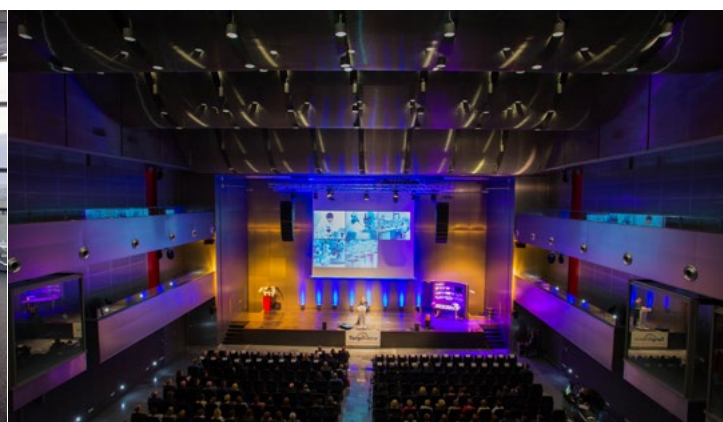
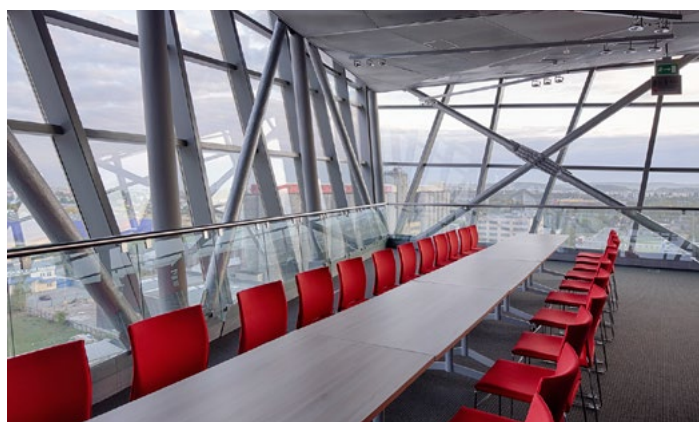


[centre of attention]

Od A do Z organizujemy **70 imprez targowych**, **700 kongresów**, konferencji i szkoleń rocznie, w których uczestniczy **256 000 osób z 56 krajów**.

Oferujemy **7 hal** wystawienniczych, **19** wielofunkcyjnych sal konferencyjnych, w tym salę kongresowo - bankietową dla **850 osób**, wyjątkowe sale konferencyjne na wieży widokowej, halę eventową na **4500 osób**.

Zapraszamy! Poszukaj inspiracji na [www.kielcekonferencje.pl](http://www.kielcekonferencje.pl)





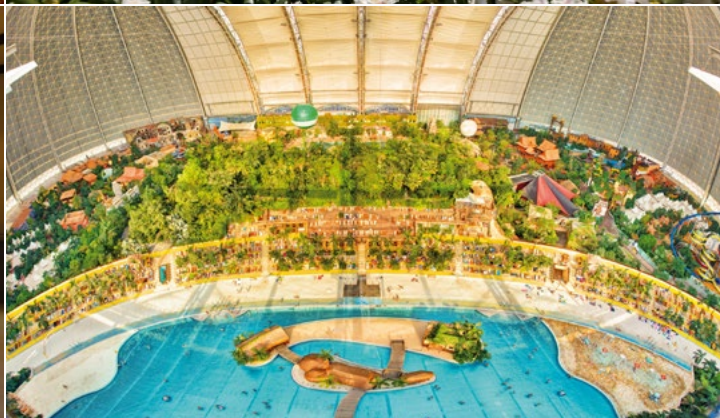
Tropical-Islands-Allee D-15910 Krausnick, Groß Wasserburg tel. +49 35477 604516 gabriela.mohri@tropical-islands.de	Pokoje: 202 Namioty: 132 Mobile Homes: 83 Noclegi: 1200	Sale konferencyjne: 1 - 45 osób Centrum konferencyjne: 30 - 500 osób
---	--	---



**TROPICAL-ISLANDS**  
[www.tropical-islands.de/pl](http://www.tropical-islands.de/pl)



Szukają Państwo wyjątkowego miejsca na zorganizowanie imprezy? W Tropical Islands znajdują Państwo idealne zaplecze dla ofert teambuildingowych w tropikalnej atmosferze - zjazdów, seminariów, uroczystości i różnego rodzaju imprez indywidualnych. Powierzchnia resortu - 6,6 kilometrów kwadratowych - oraz imponująca pod względem architektonicznym hala sprawiają, że Tropical Islands to miejsce wyjątkowe. Oferujemy mnóstwo możliwości organizowania oryginalnych uroczystości i eventów. O niepowtarzalności tego miejsca decyduje wiele, między innymi największy Las Tropikalny świata pod dachem, Strefa Saun o powierzchni 10.000 metrów kwadratowych, Morze Południowe z piaszczystą plażą, a także Laguna z wodospadem. Oferta gastronomiczna obejmuje aż 13 restauracji, barów oraz lounge. Sceny zlokalizowane w Tropical Islands mogą Państwo wykorzystać do zorganizowania własnej imprezy. Na przykład przy Scenie Wayang zmieści się nawet 360 osób. Scena ta idealnie nadaje się na Kick Off Parties i prezentacje dla dużej publiczności. Nowa strefa zewnętrzna Tropical Islands AMAZONIA z atrakcjami wodnymi, łąkami do leżakowania, obiektami sportowymi i eventowymi otwiera dla Państwa nowe perspektywy! Niezapomniany nocleg oferują nasze tematyzowane obiekty noclegowe, których wystrój jest daleki od zwyczajności standardowego pokoju hotelowego. Oryginalnie urządzone wnętrza z pewnością spodobać się Państwa gościom.



*Konferencje*

*Imprezy integracyjne*

*Eventy firmowe*

*Team building*

*Pikniki*



★ *Nowatorskie pomysły w rustykalnym klimacie* ★

[www.wierzboweranczo.pl](http://www.wierzboweranczo.pl)

foto: annatolarska.pl / wasylewski.com



ul. Łączyń 5  
02-820 Warszawa  
+48 22 431 08 00  
wph@warsawplazahotel.pl

Restauracja: TAK  
Pokoje: 146  
Noclegi: 290

Sale konferencyjne: 16  
- max. osób 700

Wysoki standard, atrakcyjna lokalizacja i rozbudowana oferta konferencyjna, znakomicie zaprojektowane, ekskluzywne wnętrza to główne atuty Warsaw Plaza Hotel.

Hotel mieści się przy południowej obwodnicy Warszawy, zaledwie 10 km od centrum i 4 km do lotniska im. F. Chopina, do którego na życzenie gości dojeżdża bezpłatny Shuttle Bus.

Ten luksusowy czterogwiazdkowy obiekt zachwyca nowoczesnym designem, a przestronne sale konferencyjne, kameralne sale VIP, wewnętrzne patio i taras widokowy tworzą idealnie warunki dla różnego typu spotkań biznesowych, szkoleń, kongresów, a także niezapomnianych imprez okolicznościowych.

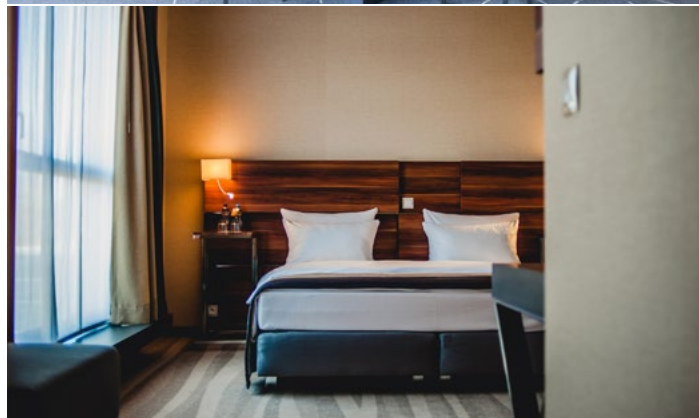
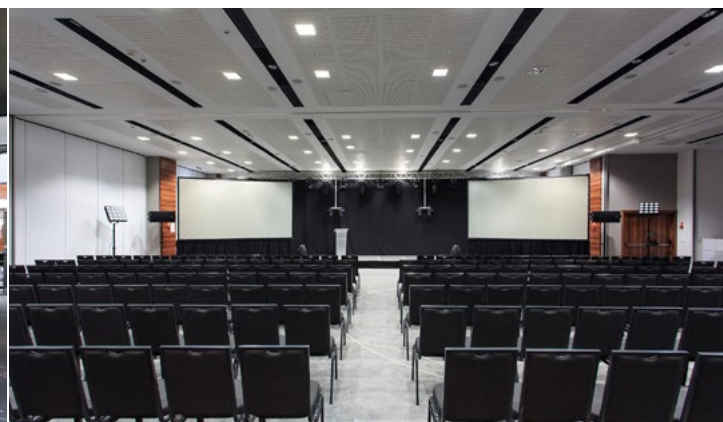
Warsaw Plaza Hotel może się pochwalić wykwintnym menu eleganckiej restauracji Moments oraz nowoczesnym barem One&Only.



**WARSAW PLAZA HOTEL \*\*\*\***  
[www.warsawplazahotel.pl](http://www.warsawplazahotel.pl)



**STYL W NOWOCZESNEJ OPRAWIE**



# FORUM BRANŻY EVENTOWEJ '17

12 stycznia 2017, Centrum MT Polska, ul. Marsa 56C, Warszawa

strefa  
dostawców



inspirujące  
wykłady

profesjonalny  
networking



**1500 profesjonalistów** z branży

**Kilkudziesięciu prelegentów i panelistów**

Około **100 firm w Strefie** Dostawców

*Spotkajmy się,  
bo event to ważny element  
komunikacji z otoczeniem.*



Evential Sp. z o.o.

[www.forumevential.pl](http://www.forumevential.pl)  
[biuro@evential.pl](mailto:biuro@evential.pl)  
tel.: +48 606 859 011





# ZŁAPAĆ BALANS W PRZEKRACZANIU GRANIC

Obecnie niemal każde spotkanie firmowe, branżowe, konferencja lub event nie istnieje bez udziału firm cateringowych. Organizator sam decyduje, jak bardzo wykorzysta potencjał cateringu do wywołania pozytywnego efektu skojarzenia smaku i estetyki jedzenia z marką, konkretnym produktem lub samym wydarzeniem. O wyzwaniach przed którymi stoją firmy cateringowe oraz potencjale który mogą wykorzystać opowiada Hubert Wisiński, właściciel Firmy Fiesta Catering.

## ► Fiesta Catering oferuje kompleksowe usługi cateringowe, czym się charakteryzuje?

Kluczem do sukcesu jest sprawna i efektywna współpraca z organizatorem eventu już na poziomie przygotowywania oferty. Jeśli wiemy, jaki charakter będzie miało wydarzenie, w jakim miejscu będzie organizowane oraz dla jakiej grupy docelowej, oferta usługi cateringowej będzie nie tylko spełniać, ale też przewyższać oczekiwania uczestników. Bardzo ważnym elementem rozwoju firmy jest śledzenie pojawiających się trendów zarówno kulinarnych, aranżacji wnętrz jak też podążanie za zainteresowaniami i oczekiwaniami klientów. Do każdego zamówienia podchodzimy w sposób indywidualny. Przygotowując ofertę bazujemy na własnym doświadczeniu i proponujemy najlepsze

w danym momencie rozwiązania. Uważnie słuchamy przy tym sugestii i uwag klienta razem wypracowując najskuteczniejsze rozwiązania. O ile zaplanowanie cateringu – od sporządzenia odpowiedniej oferty, po dobór mebli, zastawy i perfekcyjne przygotowanie menu – jest wynikiem wiedzy i doświadczenia, o tyle wycucie estetyki i stylowa aranżacja cateringu, jest już sztuką. Pracując w branży cateringowej już kilkanaście lat, wiemy jak bardzo liczy się, jakość i smak przygotowanego jedzenia, ale też - a może przede wszystkim - sposób jego podania i prezentacji. To wszystko, co znajduje się w przestrzeni cateringowej lub wejdzie z nią w bezpośrednią integrację, powinno być dopracowane w najdrobniejszych szczegółach, wtedy możemy oczekiwać, że całe przedsięwzięcie spotka się z uznaniem i zadowoleniem ze strony gości wydarzenia.

Doskonałość i wyjątkowość usługi cateringowej, nie może odbiegać od stylu całej imprezy – powinna ją subtelnie uzupełniać i wzbogacać. Począwszy od dopasowanych dekoracji na stołach i bufetach, poprzez wygląd serwowanych dań aż po nienaganne stroje kelnerskie. Kolor koszuli i spodni, dobrze skrojona kamizelka, designerska muszka oraz szelki, to tylko kilka z propozycji, jakie można wykorzystać w ubiorze kelnerskim. Pomocny i doświadczony kelner w dobrze dobranym stroju do charakteru imprezy, jest nieocenionym ambasadorem marki.

## ► Mówi Pan o wielu narzędziach którymi można posłużyć się przygotowując catering, ale czy ich skala się nie wyczerpuje? Na ile catering to rutyna, a na ile kreacja?

Rynek eventowy, to rynek wciąż rozwijający się, szukający atrakcji i nowości. Ważne, aby nie popaść z jednej strony w rutynę proponując powtarzające się, schematyczne rozwiązania, z drugiej strony chodzi o odpowiedzialność i rozsądne propozycje, adekwatne do możliwości i oczekiwań organizatora. Kluczem do sukcesu jest odpowiednie balansowanie pomiędzy światem realnym i wirtualnym. Nie możemy pozwolić na powtarzalność imprez w tym samym miejscu i formie. Za każdym razem należy dostarczać nowych doznań, wzmacniać pozytywne skojarzenia i budować nową wartość dla produktu danej marki lub konkretnej firmy. Partnerskie relacje i wzajemne zaufanie pomiędzy organizatorem eventu, a firmą cateringową, to klucz do sukcesu. W naszej ofercie znajdują się zarówno dania proste jak i standardowe, ale również potrawy egzotyczne, stacje live cooking, nowoczesne dekoracje stołów i bufetów, aż po, tak jak wspominałem dedykowane stroje kelnerskie. Jest tego naprawdę dużo – każdy znajdzie u nas to, czego szuka. Goście eventowi nie oczekują przekombinowanych dań. Powinny natomiast zaskoczyć ich wyglądem oraz smakiem.

Najciekawsze propozycje powstają przy okazji imprez tematycznych, gdzie niejednokrotnie event jest stykiem dwóch światów: realnego i wirtualnego. Przykładem takiej realizacji jest impreza w stylu MATRIX lub wydarzenia dla określonej grupy odbiorców np. staropolski bufet dla gości zagranicznych. Patrząc na branżę eventową jako całość, doskonale zdajemy sobie sprawę z faktu, że ten kto stoi w miejscu, ten się po prostu cofa. Usługa cateringowa, to szeroka przestrzeń ciągłych poszukiwań. Jako dyrektor zarządzający oraz właściciel FIESTA Catering obserwuję uważnie branżę eventową od ponad 13 lat i widzę jak z każdym rokiem rośnie w siłę, a my rozwijamy się razem z nią i wychodząc naprzeciw oczekiwaniom branży oferujemy kompleksowe usługi cateringowe.

## ► Jakimi realizacjami pokazującymi rozwój firmy możecie się pochwalić?

W Fiesta catering cały czas się rozwijamy i ciągle przekraczamy nowe granice – obsługujemy eventy dla coraz większej liczby uczestników, systematycznie wprowadzamy do menu kolejne pozycje. W tym roku Fiesta Catering przygotowała kompleksową realizację cateringową na Zamku na Hradczanach w Pradze. Dwudniowa konferencja zgromadziła ponad 1100 uczestników. W ramach usługi cateringowej zaserwowaliśmy przerwy kawowe z deserami, zimne przekąski i sałatki oraz lunch w formie bufetów. Dodatkowo przygotowaliśmy kolację z serwowaną przekąską oraz zainstalowaliśmy



śmy dwie stacje kulinarne, gdzie kucharze na oczach gości przyrządzali i serwowali m. in. dania kuchni czeskiej.

Ze względu na miejsce wykonywanej usługi – Zamek na Hradczanach, który obecnie pełni funkcję siedziby Prezydenta Czech, dużym wyzwaniem było zapewnienie zaplecza logistycznego. Łącznie korzystaliśmy z 19 ciężarówek, którymi przetransportowaliśmy niezbędny sprzęt, wyposażenie oraz posiłki. Źródłem powodzenia pomyślnego wykonania realizacji za granicą jest doświadczenie jakie posiada Fiesta Catering. Nasza Firma od blisko 13 lat z powodzeniem świadczy kompleksowe usługi cateringowe. Sprawdzeni kucharze, kelnerzy oraz profesjonalne doradztwo, to najważniejsze cechy, które Nas wyróżniają.

Rozmawiał Andrzej Kuczera

**HUBERT WISIŃSKI** - w branży usług cateringowych od 1999 roku. Od 2003 roku właściciel firmy Fiesta Catering.  
Misja Fiesty Catering:  
Uważnie słuchamy, budujemy partnerskie relacje. W sposób odważny i kreatywny realizujemy potrzeby, kierując się profesjonalizmem. Jesteśmy zgranym zespołem.  
Wartości, na których jest oparta Fiesta Catering:  
- zaufanie i partnerstwo  
- odwaga i determinacja  
- najwyższa jakość realizowanych usług  
- kreatywność i wyobraźnia w kreowaniu potrzeb





ul. Algierska 17D  
03-977 Warszawa

tel. +48 884 347 847  
catering@delicatering.pl

DELI Catering oferuje profesjonalną obsługę cateringową na terenie całej Polski, niezależnie od miejsca i liczby Gości. W firmę od samego początku zaangażowany jest Bartłomiej Czerwiński, wieloletni szef kuchni, wybitny znawca i projektant kulinariów. Jako pierwsi zdefiniowaliśmy termin i obszar Kulinariów Eventowych, czyli rozwiązań cateringowych dedykowanych różnego rodzaju wydarzeniom oraz imprezom.

Kulinaria Eventowe dotyczą wszelkich elementów serwowanych podczas dowolnego wydarzenia. Podstawową różnicą pomiędzy tradycyjnym cateringiem a Kulinariami Eventowymi jest fakt, że są to pozycje, które nie wywodzą się z tradycyjnej gastronomii i kuchni, tylko są specjalnie opracowywane pod kątem aspektów wizualnych, walorów smakowych oraz doboru składników i wartości odżywczych.



**DELI CATERING**  
[www.delicatering.pl](http://www.delicatering.pl)



**Numer 1 w Polsce**  
KULINARIA EVENTOWE

- Profesjonalne usługi cateringowe
- Kompleksowa obsługa wydarzenia
- Nowoczesne rozwiązania kulinarne
- Największy wybór finger foodów
- Realizacje na terenie całej Polski
- Niezależnie od miejsca i ilości osób

*Bartłomiej Czerwiński*

Bartłomiej Czerwiński  
Executive Chef

[www.deli.catering](http://www.deli.catering)

**DELI CATERING**  
EVENT FOOD CREATIONS



Al. Prymasa Tysiąclecia 46  
01-242 Warszawa

tel. +48 731 106 109  
catering@fiesta.com.pl

FIESTA Catering to synonim świadomej i dobrze zarządzanej firmy cateringowej, która z dużym sukcesem realizuje usługi cateringowe na terenie całej Polski od ponad 13 lat.

Organizujemy zarówno małe, kameralne spotkania w gronie rodziny i przyjaciół, jak też spotkania firmowe dla kilkuset osób.

Centralne miejsce w naszym portfolio, zajmuje obsługa eventów oraz imprez na 2 tysiące i więcej osób.

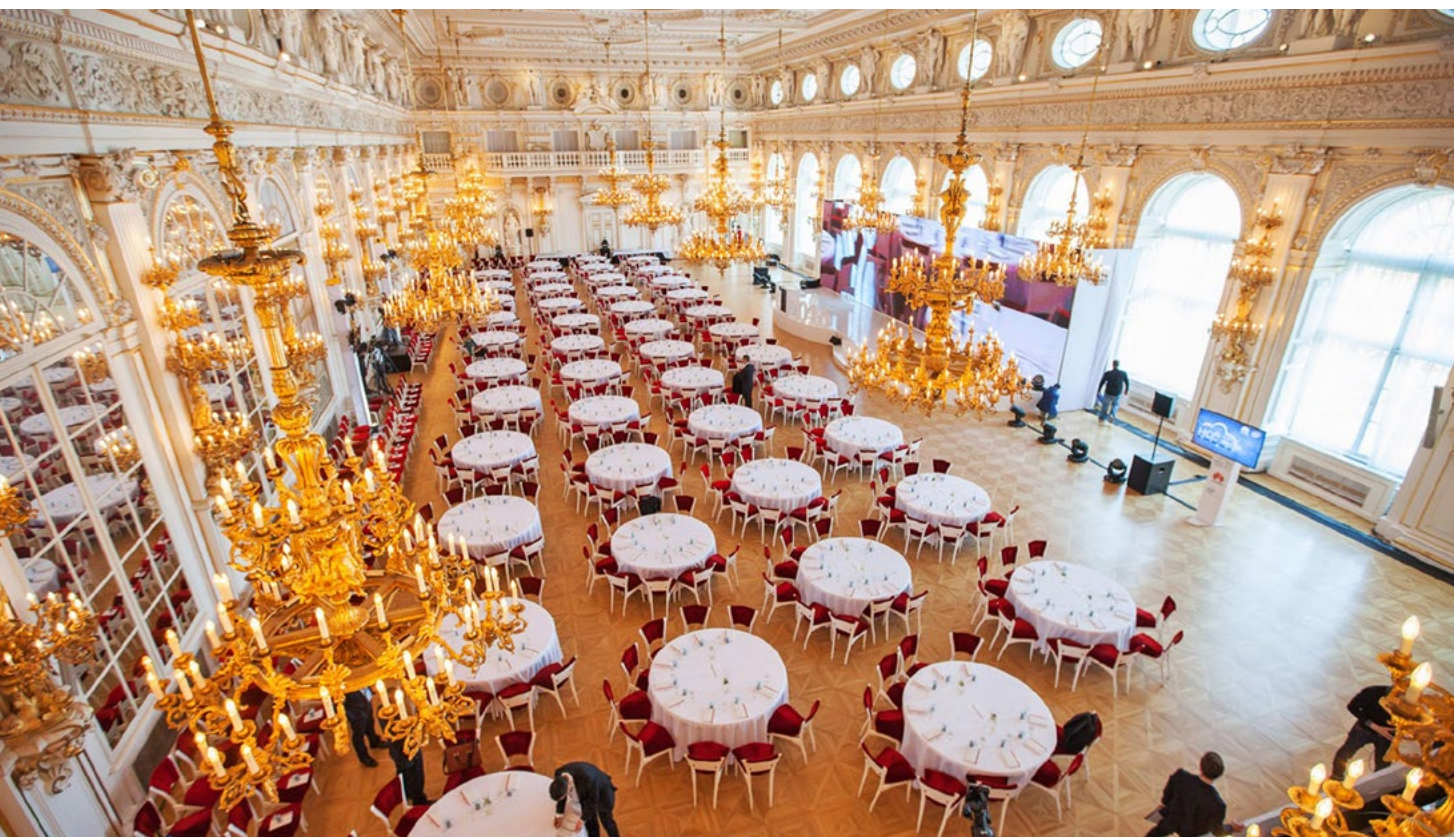
Oferujemy dobrą jakość i swój styl, dzięki czemu jesteśmy w czołówce najczęściej wybieranych firm na różnego rodzaju imprezy firmowe, rodzinne a także eventy.

Dzięki wysokim umiejętnościom i doświadczeniu całego zespołu, oferujemy wysoki standard usług realizowanych w sposób kompleksowy i wygodny dla Klienta. Wszystko zaczyna się od kreatywnego pomysłu, poprzez dobre zaplanowanie i zorganizowanie obsługi wydarzenia, kończąc na sprawnym i szybkim uporządkowaniu miejsca imprezy po wykonanej usłudze.

Fiesta Catering to przede wszystkim zgrany zespół ludzi, którzy każdego dnia z pasją i dużym zaangażowaniem, stara się odpowiadać na potrzeby osób szukających partnera na realizację usługi cateringowej. Naszym standardem jest przewyższać oczekiwania Klientów, aby mieli przyjemność zarówno z jedzenia jak też wzajemnej współpracy.



**FIESTA CATERING**  
[www.fiesta.com.pl](http://www.fiesta.com.pl)



**KOMPLEKSOWE USŁUGI CATERINGOWE**



- EVENTY • SPOTKANIA FIRMOWE • KONFERENCJE I KONGRESY •
- GALE I BANKIETY • KOLACJE SERWOWANE •
- PIKNIKI • GARDEN PARTY •

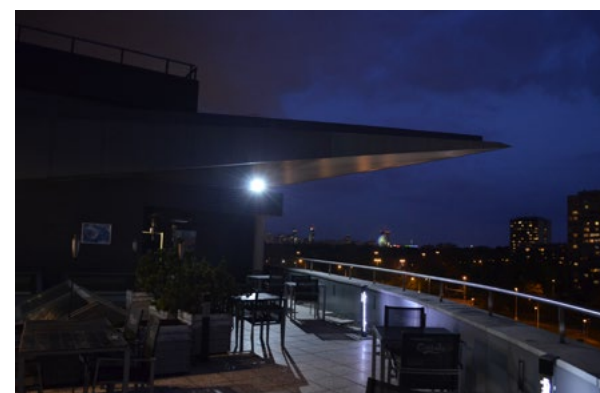


ul. Wybrzeże Gdynskie 4  
(Budynek Centrum Olimpijskiego)  
01-531 Warszawa

tel. 22 560 37 33  
ask@moonsfera.pl



**MOONSFERA**  
[www.moonsfera.pl](http://www.moonsfera.pl)



„Moonsfera ... tak wiele smaków”

Restauracja i catering Moonsfera działa na rynku już od ponad 10 lat.

Cieszymy się uznaniem Gości z uwagi na:

- Unikalną lokalizację na zielonym Żoliborzu
- Taras panoramiczny na dachu budynku
- Autorskie i nietuzinkowe menu
- Cenionego i uznanego Szefa Kuchni Jarosława Uścińskiego
- Profesjonalną i kompleksową obsługę

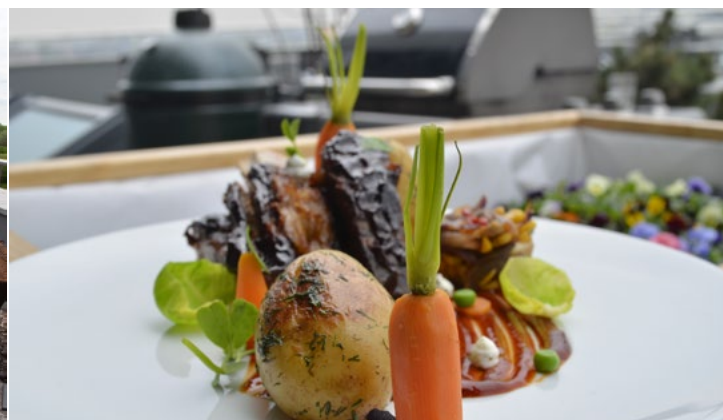
Jesteśmy przygotowani do pełnej obsługi cateringowej konferencji, bankietów, imprez okolicznościowych, warsztatów kulinarnych.

Gwarantujemy przy tym fachową obsługę kucharską i kelnerską.

Zawsze podążamy za aktualnymi trendami w świecie kulinariów, dzieląc się z naszymi Gośćmi posiadaną wiedzą.

*Sztuka cateringu  
jest jak sztuka  
tworzenia biżuterii.*

**Mazurkas Catering 360°**



**360° MAZURKAS  
CATERING**



[WWW.CATERING.MAZURKAS.PL](http://WWW.CATERING.MAZURKAS.PL)



## GALA GALI NIERÓWNA TECHNICZNE ASPEKTY EVENTU

Dobrze dobrany sprzęt i multimedia potrafią zmienić mało atrakcyjne wydarzenie w prawdziwy spektakl. Takim eventem z pewnością jest gala. Jak technicy pracują przy gali? Czym różni się od innych eventów? Jakiego przygotowania wymaga od techniki? Na powyższe pytania odpowiada Tomasz Murawski, właściciel Focus Light.

► **Eventy są jak muzyka – każdy element utworu muzycznego jest częścią większej całości, każda nuta ma znaczenie. Jak to zdanie odnosi się do techniki? Tam też wszystko powinno grać, prawda?**

Tomasz Murawski: Tak jak najbardziej powinno grać i być dopięte na ostatni guzik. Dzisiaj klient zwraca dość szczególną uwagę na technikę, jej pracę i profesjonalizm. Są jak wiadomo pisane scenariusze eventowe i tam są już standardem rubryczki multimedia, dźwięk, światło, itp. dotyczące techniki i jej aktywności na eventach. Wszystko musi być w czasie przewidzianym w tzw. scenariuszu, więc musi grać, a nawet współgrać. Technikę można porównać do orkiestry: jeśli jeden aspekt zawali, to odbije się to na całości. Dlatego tak ważne jest dogranie szczegółów i synchronizacja.

► **Jaka jest specyfika pracy przy gali? Czym się różni taki event od przygotowania konferencji, pikniku czy prezentacji samochodu?**

Bardzo złożone pytanie. Dla techniki kilka składowych dotyczących powyższych imprez jest podobnych. Oznacza to, że zawsze musimy pojawić się na wizji lokalnej-technicznej, sprawdzić możliwości miejsca, które wybrał klient na daną imprezę oraz zorientować się, jak w wybranym miejscu poprawnie możemy przeprowadzić imprezę. Ważne też jest czy wszystkie wymyślone przez klienta założenia da się w danym miejscu zrealizować. Jeśli nie, staramy się rozwiązywać problem tak, by być jak najbliżej pierwotnego pomysłu. Dzisiaj takie wydarzenia jak gale są konstruowane bardzo kreatywnie. Już samookreślenie gale zobowiązuje. Zazwyczaj jest to event, podczas którego trzeba podkreślić

istotną część marki klienta, jego osiągnięć itp. Technika odgrywa na nich zazwyczaj bardzo istotny element. Tyle, że realizujemy zazwyczaj pomysły reżyserów, twórców show bądź designerów, a nie swoje. Zespół techniczny musi być po prostu ukierunkowany i postępować według wytycznych wymyślonych i przygotowanych przez te osoby.

► **Mówi się, że mała gala to mało pracy, duża gala to pracy więcej. Czy wielkość eventu ma dla Was znaczenie w trakcie przygotowań?**

Oczywiście że są różnice. To tak samo jak podnieść coś lekkiego i coś ciężkiego – im bardziej skomplikowane wydarzenie, tym więcej czasu pochłonie. Im mniejsze, tym jest odwrotnie. Oczywiście akcesoria i sprzęt stanowią część składową każdego eventu, ale jego ilość zależy od klienta. Transport

też jest zależny od wielkości – duże realizacje do-wozimy tirami, do małych wystarczy większy bus.

► **Czy spotykacie się z problemem, który jest powtarzalny i może wystąpić podczas każdej gali pomimo kilkunastoletniego doświadczenia? W końcu eventy to praca na otwartym organizmie.**

Problemy pojawiają się, jeśli projekt nie jest przygotowany z jakiegoś powodu np. osoba organizująca projekt nie przekazała wszystkich kwestii, które wynikają z założeń technicznych, logistycznych bądź koncepcyjnych. Chociażby godzina wejścia na montaż lub godzina opuszczenia obiektu po demontażu. Pozostałe kwestie produkcji technicznej staramy się standardowo brać na siebie, aby posiadać chociażby 90% kontrolę nad wszystkimi ustaleniami.

► **Wiemy, że gala to nie tylko aspekty techniczne, ale również scenografia, oprawa plastyczna, muzyczna i świetlna. Jak Wam się układa współpraca z innymi wykonawcami?**

Staramy się współpracować z wykonawcami sprawdzonymi i wtedy współpraca przebiega bezproblemowo. Unikamy eksperymentów, gdyż to dla nas zbyt duże ryzyko. Czasem lepiej zrobić mniej i bezpieczniej niż na przykład stracić drogi sprzęt. Są to nieodwracalne szkody, a na takie nie możemy sobie pozwolić. Jeśli chodzi o klientów, to również tak działamy. Mamy stałą grupę firm, która korzysta z naszych usług i ewentualnie poleca nas dalej zaufanym i sprawdzonym wykonawcom. Rynek się zmienia, więc chcemy się bardziej ujawnić i pokazać światu, że działamy na najwyższym poziomie.



► **Czy mieliście przypadek podczas gali, który sprawił Wam ogromną trudność?**

Raczej nie, chociaż czasem zaawansowane technologie dają się we znaki. Co może wiązać się z małymi problemami. Są przypadki, że coś nie działa tak jak powinno, ale takie problemy rozwiązujemy na miejscu. Zazwyczaj panujemy nad sytuacją, bo na tym polega praca technika, by reagował na bieżąco. Zresztą wynika to z doświadczenia.

► **Ile osób i czasu potrzeba, by przygotować technikę na galę dla 300 osób? Proszę opowiedzieć trochę o samej pracy.**

Średnio proces produkcji, jeśli mamy wszystkie składowe, trwa od dwóch do czterech tygodni. Przy takiej ilości uczestników sądzę, że cztery tygodnie wystarczą, jeśli mamy projekt, pomysł wcześniej już przygotowany przez np. agencję bądź producenta. Jeśli musimy stworzyć nawet tak prosty projekt i przejść przez wszystkie etapy produkcji samodzielnie, to praca się wydłuża i trwa odpowiedni dłużej. Do procesów produkcji należy zaliczyć dokumentację techniczną na miejscu imprezy, projekt techniczny: światło, multimedia oraz nagłośnienia.

► **Technika wiąże się bardzo z zapewnieniem bezpieczeństwa. Jak zachować je podczas eventów?**

Przede wszystkim praca z profesjonalnymi ekipami technicznymi, które posiadają wszelakie certyfikaty i dokumenty na wykonywane prace. Posiadają też sprzęt, który przechodzi badania i przeglądy techniczne. Sprzęt i ludzie muszą być bezpieczni bezwzględnie.



Nie ma mowy o pomyłkach, ponieważ podczas skomplikowanych, jak i nawet najmniejszych produkcji z wykorzystaniem techniki, mały błąd może kosztować zbyt wiele – w każdym tego słowa znaczeniu.

► **Jak Wam się współpracuje z agencjami i organizatorami? Widzicie jakieś zależności?**

Praca z agencjami czy organizatorami układa się zazwyczaj dobrze. Pracujemy z ludźmi, którzy już mają zazwyczaj ogromne doświadczenie. Jeśli są początkujący – to mają nad sobą kogoś, kto to doświadczenie posiada. Jednym słowem w ciągu ostatnich lat bardzo poprawia się bardzo wiedza i doświadczenie organizatorów, jeśli chodzi o technikę - wiedzę czego chcą. Kiedyś zostawiali wszystko w naszych rękach nie wiedząc nawet, co dokładnie robimy.

Rozmawiała Paulina Pięta

TOMASZ MURAWSKI - od 2002 roku zajmuje się koordynacją i produkcją techniczną, obsługą konferencji, eventów, koncertów, wydarzeń korporacyjnych i promocyjnych. Obecnie w Focus Light. Dzięki wykorzystaniu dostępnych mobilnych technologii jesteśmy w stanie projektować i wcielać w życie nasze pomysły z dowolnego miejsca. Daje to nam bardzo elastyczną dostępność dla naszego potencjalnego zleceniodawcy. Fakt posiadania przez nas doświadczenia (około 2000 obsłużonych wydarzeń) wiedzy i umiejętności w tworzeniu np. eventu od podstaw stwarza bardzo atrakcyjną formę usług proponowanych zleceniodawcom.





# EFEKT WOW

## NAJBARDZIEJ SPEKTAKULARNE ATRAKCJE

Możliwości zapewnienia atrakcji podczas eventu jest coraz więcej. Niektóre z nich jak pokazy konfetti, bańki mydlane czy ciężki dym zapewniają niezapomniane wrażenia. Jaka jest specyfika firmy zajmującej się takimi właśnie atrakcjami? Kto najczęściej korzysta z oprawy eventów? Jak wygląda współpraca z klientami? Cemu pokazy konfetti są najlepszym rodzajem działalności? Na te oraz pozostałe pytania dotyczące atrakcji podczas eventów odpowiada Maciej Dymiński, właściciel Confetti System.

➤ **Wasza ostatnia realizacja, czyli oprawa Pucharu Polski 2016 dostarczyła widzom nie lada wrażenia. Gratulacje! Często bierzecie udział w tak spektakularnych wydarzeniach?**  
Maciej Dymiński: Zawsze ogromna satysfakcja i spektakularny efekt występuje podczas wydarzeń na większą skalę. Większość obsługiwanych przez nas imprez to jednak mniejsze eventy firmowe, jest ich po prostu więcej. Oprawa Pucharu Polski 2016 dostarczyła nie tylko widzom, ale również nam wiele wrażeń. Dla nas to też są miłe przeżycia i dobra zabawa. Choć przy takich dużych wydarzeniach odczuwamy większą presję, czy wszystko pójdzie po naszych planach.

➤ **Specyfika Waszej działalności pozwala Wam na współpracę przy**

**bardzo prestiżowych i ważnych eventach. Który z nich zrobił na Was największe wrażenie?**

Zdecydowanie dziedziną naszej działalności jest bardzo wdzięczna. Żartujemy często, że prowadzimy najlepszą działalność na świecie. Konfetti jest używane do celebracji wyjątkowych chwil, dlatego nasze realizacje zawsze towarzyszą czy to konkursom, świętowaniu sukcesów czy też jubileuszom. Zdarzają się jednak wydarzenia, które potrafią zaskoczyć także nas. Bez wątplenia największe wrażenie zrobił na nas ostatni koncert Armina Van Buurena w Gdańskiej Ergo Arenie promujący nową trasę Armin Only Embrace. Praca przy tak perfekcyjnie przygotowanej przez Hোলদ্রów sztuce dodatkowo motywuje. Wszystko było dopięte na ostatni guzik, naprawdę organizatorom należą się duże gratulacje. Takie realizacje wspominamy jeszcze długo po ich zakończeniu.

➤ **Jak powszechnie wiadomo każdy klient jest inny, często wymagania są dość zaskakujące. Które zlecenie było największym wyzwaniem, z jakim się borykaliście?**

Branża w której pracujemy słynie z szybkiego tempa i zamówień last minute. Dlatego największym wyzwaniem zawsze jest brak czasu na spokojne przygotowanie się do imprezy, niezależnie czego ona dotyczy. Standardem jest, że organizatorzy dają nam za mało czasu, bo według nich przygotowanie konfetti nie wymaga wielu przygotowań. Tu się mylą. Ciężko wskazać konkretne wydarzenie, aczkolwiek przypomina mi się jedno, które wymagało czasu, a tak naprawdę już go nie było. Szczególnie w pamięci pozostanie nam pokaz z trzydziestu czterech armatek konfetti na Stadionie Narodowym po awansie na EURO 2016. To było coś!

➤ **Jak Wam się układa współpraca na poziomie agencja – klient – podwykonawca? Jakie realizacje wspominacie najlepiej?**

Mamy mnóstwo agencji, które mają do nas zaufanie. To pozwala na duży spokój podczas realizacji najtrudniejszych produkcji. Na szczęście my mamy kontakt tylko z agencją, a nie z klientem końcowym, bo osobiście takiej współpracy mógłbym nie wytrzymać i z tego miejsca duże „chapeau bas” za cierpliwość dla ludzi pracujących w agencjach. Pośredniczą w wielu sprawach, za które często nie są odpowiedzialne. Czy ja już wspominałem, że prowadzimy najlepszą działalność na świecie?

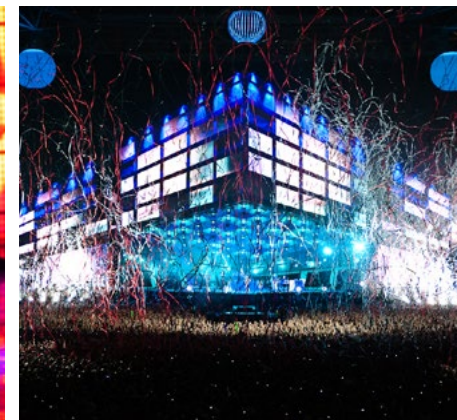
➤ **Wasza firma istnieje już na rynku od dziewięciu lat. Mieliście okazję zrealizować prawie 800 pokazów. Jakie są największe problemy z klientem?**

Raczej nie miewamy problemów z klientami, gdyż dość szczegółowo dobieramy dla nich odpowiedni sprzęt do danej realizacji. Zresztą często to agencja zajmuje się kontaktem. Problem zaczyna się gdy klient zaczyna dopisywać swoją historię do tego, co można z danym efektem zrobić i tu zaczynają się robić schody. Robiąc coś po raz setny wiemy od A do Z jak się zająć realizacją i jakie będą jej efekty. Ale to pojedyncze przypadki.

➤ **Jak zmienił się rynek eventowy na przestrzeni lat? Dziewięć lat temu było łatwiej czy trudniej zdobyć klientów?**

Rynek eventowy przybrał taki kierunek, że w dniu dzisiejszym nie zdecydowałbym się na otworenie firmy. Powstał swego rodzaju wyścig szczurów w walce o klienta, w którym nigdy nie brałem udziału. Wyścig ten powoduje, że ceny usług, które proponują firmy z konkurencji są zbyt niskie. Wszystko tylko po to, by móc się pochwalić nowymi zdjęciami w mediach społecznościowych. To skrajnie nieodpowiedzialne. Co za tym idzie? Urządzenia, które są dostarczane klientom to własna amatorska produkcja. Pamiętajmy o tym, że pracujemy w branży efektów specjalnych, która niesie za sobą duże ryzyko. Budowanie urządzeń ciśnieniowych, bądź wytornic płomieni pracujących z zastosowaniem propanu, kiedyś skończy się tragedią, która odbije się nie tylko na tych firmach, ale na całej branży eventowej. W dniu dzisiejszym pracujemy, tylko z tymi agencjami, które ufają, że dostają gwarancje bezpieczeństwa podczas ich eventów. Zabawa zabawą, ale bezpieczeństwo jest gwarantem sukcesu.

➤ **Jeżeli mówimy o sukcesach, to warto również wspomnieć o porażkach. Przecież nie zawsze wszystko się udaje. Wasza praca wydaje się bardzo prosta, bo co to za**



**problem zrzucić kilka kilogramów konfetti czy serpentyny. A to przecież nie jest tak proste. Wasza najgorsza przygoda podczas eventu to....**

Oczywiście pokazy konfetti, bańki mydlane czy ciężki dym mogą się wydawać prostą pracą i w rzeczy samej tak jest. Druga strona medalu zaczyna się kiedy mamy podczas eventu wytwornice płomieni, pirotechnikę czy nawet serpentyny, przy których chwila nie uwagi może skończyć się tragicznie. Wspomniany przez nas koncert Armina Van Buurena wymagał od nas rozpisania efektów do time code'u na całe show, czyli ponad 5 godzin. Ogrom ciężkiej pracy nie dotyczy tylko nas, ale wszystkich firm branży eventowej, które brały w niej udział. Ponieważ impreza zaczyna się często tygodniowymi przygotowaniem i mimo że jesteśmy w 100% gotowi, to pracujemy tylko i wyłącznie na urządzeniach, które potrafią zawieść.

Najgorszą przygodę mieliśmy kiedy nie dostarczono nam palety z całym zamówieniem na duży festiwal (konfetti, serpentyny, fluidy i urządzenia). Paczka po przekroczeniu granicy zmieniła numer przesyłki na krajowy, którego nikt nie znał i szukanie takiej przesyłki w piątek po 17:00 jest czymś, czego nie chciałbym powtórzyć już nigdy. Dodam tylko, że znalazłem ją na 4 godziny przed montażem. Było gorąco! Wszystkie pokazy, które realizowaliśmy zakończyliśmy sukcesem i oczywiście bywają jakieś małe wpadki,



ale o tym wiemy tylko my i produkcja. Dla odbiorcy to niezauważalne szczegóły.

➤ **Doszły mnie słuchy, że możecie się pochwalić nowym sprzętem. Co szykujecie? Zdradzi Pan coś więcej?**

Cały czas wprowadzamy coś nowego, żeby być krok przed konkurencją. W zeszłym roku były to wentylatory LED. Co pokażemy w tym roku? Jeszcze nie mogę zdradzić, to będzie niespodzianka. Przyglądamy się branży na całym świecie, obserwujemy nowości, bywamy na targach za granicą. Wszystko to właśnie po to, by mieć swojego asa w rękawie w postaci wysokiej jakości, najnowszego, a przede wszystkim bezpiecznego sprzętu.

Rozmawiała Paulina Pięta

**MACIEJ DYMIŃSKI** - właściciel firmy Confetti System zajmującej się tworzeniem scenicznych efektów specjalnych podczas imprez. Z branżą eventową związany od 9 lat. Zakładając firmę nie znał rynku eventowego. To typowy samouk i wizjoner. W swoim portfolio klientów posiada zarówno największe agencje eventowe w kraju, jak również wszystkie związki sportowe w Polsce. Wolny czas poświęca na szukaniu inspiracji do rozwoju firmy i dostarczania klientom nowych rozwiązań.





## EWOLUCJA W ŚWIECIE MULTIMEDIÓW CO SIĘ ZMIENIŁO NA PRZESTRZENI LAT?

Codziennosc przynosi zmiany, a czas ucieka. W świecie eventów te zmiany są widoczne chyba najbardziej. Każdy szanujący się eventowiec wie, że impreza powinna być unikalna. Czego szukają organizatorzy i wykonawcy? Czegoś, co się nigdy nie zmienia – nowości, efektu wow i zmiany! Czy to determinuje poczucie, że świat eventów tak śmiało wiodzie prym w nowych technologiach? O tym i innych aspektach multimedialności opowie Marek Wasilewski z firmy PRO4MEDIA.

### ➤ Co zmieniło się w ciągu 10 ostatnich lat w multimedialności?

**Marek Wasilewski:** Naprawdę dużo. Należy zacząć od technologii, bo tu nastąpił największy przeskok. Na obydwu wiodących polach: projekcji i w rozwiązaniach opartych na diodzie, widoczne są trendy specjalizacji i podbijania kluczowych parametrów. Światowe projektory z 2005 roku to maksymalna moc 25 000 lumenów. Ówczesne urządzenia dostępne w Polsce mogły wyświetlić strumień światła o mocy 20 000 lumenów. Ten stan utrzymywał się jeszcze przez kilka lat, by nagle zwiększyć się blisko dwukrotnie, gdy potentaci walczący nad technologiami wypuścili projektory eventowe o mocy 40 000 lumenów. Tym razem zarówno świat, jak i Polska skorzystały z tych dóbr na dużych eventach i mappingach właściwie w tym samym cza-

sie. My również zainwestowaliśmy w tę najwyższą technologię, urządzenia firmy Barco. Natychmiast zauważyliśmy niebywały apetyt na moc projekcji wśród klientów i równie szybko pojawiły się genialne realizacje.

### ➤ Czy zauważyliście jeszcze inne różnice na rynku?

Drugą znaczną sferą zmian na przestrzeni lat jest fantastyczna praca technologów, która zaowocowała stworzeniem urządzeń dopasowujących się do zadań eventowych. Dzięki temu cały szereg projektorów o różnych mocach został zastąpiony przez linię kilku urządzeń z funkcją regulacji mocy w pożądanym zakresie (a konkretnie – zaledwie 3 projektory zdolne pracować w przedziale mocy od 10 000 do 40 000 lumenów!). Co to zmienia? Otóż gdy dawniej mieliśmy do

dyspozycji projektor o mocy np. 12 000 lumenów i okazywało się, że konieczne jest użycie większej mocy, musieliśmy korzystać z innej maszyny. Teraz możemy użyć jednego urządzenia, dostosowując jego moc w zakresie np. od 10 000 do 16 000 lumenów. To diametralnie zmienia pracę techniki i komfort klienta.

### ➤ Pojawiły się też lasery oraz rozwinęły technologie diodowe. Co zmieniły?

W kwestii projekcji nastąpiła znacząca zmiana. W końcu, po wielu latach oczekiwań, event doczekał się dopasowanych do swoich potrzeb projektorów z laserowym źródłem światła. Jeśli chodzi o technologie diodowe producenci prześcigają się w pracy nad coraz to wyższą rozdzielczością, udoskonalając jednocześnie jakość

obrazu. Tu również następuje specjalizacja i profesjonalizacja rozwiązań typowo eventowych. Odmienne od dawnych przekonania, dzisiejsze eventy z powodzeniem łączą różne wizualne technologie: na jednym eventcie pojawiają się obrazy wyświetlane z projektorów obok ściany diodowej i monitorów czy ścian bezszwowych. Nikogo nie dziwi widok różnorodnych nośników, a pożądanym jest nietypowe, niestandardowe zastosowanie multimedialności.

Warto też pokazać fenomen gwiazdy eventów sprzed kilku lat, czyli plazmowych monitorów bezszwowych. Świeciły one wielkie triumfy, korzystano z nich niemal na każdym wydarzeniu. Obecnie ich użycie można porównać do spadającej gwiazdy, bo są coraz częściej zastępowane przez doskonałe obrazy diodowe.

### ➤ Jakiego rodzaju modyfikacje dotyczą innych pól użycia multimedialności?

Niebywale zmiany dotyczą processingu, czyli przetwarzania obrazu. Tu nastąpił największy skok na odcinku tych 10 lat. Zmiany dotknęły zarówno hardware'u, jak i softu. Analizując ten czas mogę stwierdzić, że w sferze zarządzania obrazem otrzymywaliśmy najwięcej informacji o aktualizacjach i udoskonaleniach oraz zupełnie nowych produktach. Najtrudniej też było dokonywać wyborów zakupowych, bo należało z uwagą śledzić zarówno same rozwiązania, jak i trendy. Co więcej, pozostaje to dziedziną, w której dzieje się najwięcej i sądzę, że będziemy nadal poruszać się w takim gąszczu. Jest to bardzo ważna strefa i warto poświęcić czas na dokładne jej śledzenie, bo przynosi ona największą liczbę realnych i potencjalnych rozwiązań.

### ➤ Sprzęt został ulepszony, a co z nowościami? Co przyniósł rozwój technologii?

W temacie technologii nie można zapomnieć o zupełnie nowych usługach, o których dziesięć lat temu nawet nikt nie pomyślał. Mam na myśli interakcję, która obecnie jest najbardziej poszukiwaną cechą eventów. W naszej firmie odczuliśmy ogromną potrzebę rynku i odpowiedzieliśmy na nią utworzeniem działu intermedia. Tu pracujemy nad aplikacjami interaktywnymi, kreując nasze autorskie zestawy i tworząc rozwiązania szyte na miarę konkretnych eventów. Te zmiany w dostępności i znajomości sprzętu i technologii sprawiły, że na przestrzeni lat mieliśmy wiele okazji tworzyć i współtworzyć eventy o światowej klasie. Jesteśmy dumni, że nasi klienci są autorami wspaniałych widowisk, przy których



możemy pracować wykorzystując nasze talenty i możliwości urządzeń.

### ➤ Czy ewolucja technologii dotyka bezpośrednio klientów?

Wartościową zmianą z naszego punktu widzenia jest wzrost świadomości i chęć zdobywania nowej wiedzy przez klientów. Kilka lat temu trudno było rozmawiać o technice. Teraz, mimo ogromnego rozwoju w tej sferze, wielu klientów jest w stanie wyartykułować swoje potrzeby i rozumie wymagania czy ograniczenia. Ci, którzy nie poznali jeszcze szczegółów technicznych eventowego świata, poszukują wiedzy. Oceniamy to na wielki plus i w PRO4MEDIA cyklicznie organizujemy spotkania warsztatowe i inspiracyjne, gdzie chętnie dzielimy się informacjami technicznymi i wypełniamy głowy uczestników nowymi pomysłami na kreację kolejnych projektów.

### ➤ Jak rozwijała się Wasza firma, zmieniała się razem z rynkiem?

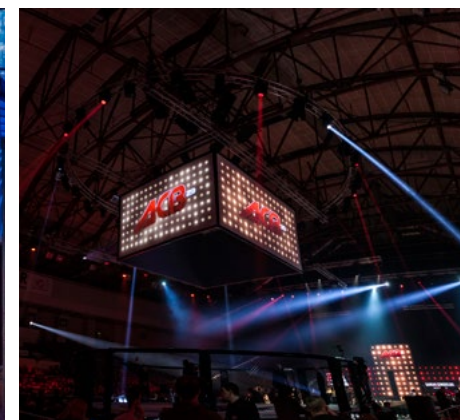
Zaczęliśmy od 3 osób, w tej chwili na stałe współpracuje z nami grupa 30 ludzi i stale się powiększa. Od początku działania firmy zrealizowaliśmy ponad 4 000 eventów. Jest też pewna stała, niezmienna od lat: skala eventów jest mocno zdywersyfikowana. Pracujemy na mikrokonferencjach, zajmujemy się eventami korporacyjnymi,



mi, imprezami masowymi czy zamkniętymi pokazami. Drugą stałą, taką naszą wewnętrzną siłą, która pomaga nam działać, jest prosta zasada: to, co robimy, ma się odznaczać najwyższą jakością. Dlatego niezmiennie gromadzimy się w grupę ludzi, którzy pasjonują się eventami i inwestujemy w najwyższej klasy sprzęt. Bo zmiany są dobre, potrzebne i gotowi jesteśmy na nie właśnie dlatego, że tworzymy dobrą bazę. Tą bazą są ludzie - to rzecz niezmienna!

Rozmawiała Paulina Pięta

**MAREK WASILEWSKI** - właściciel PRO4MEDIA, w branży eventowej pracuje od 16 lat. Swoją zawodową przygodę rozpoczął od pracy technika przy produkcjach telewizyjnych pierwszych edycji Idola, Big Brother'a, czy Idź na całość. Kolejnym krokiem były działania handlowe w trakcie których poznawał klientów i zasady panujące w branży. Niezadowolony ze standardów funkcjonujących na rynku doprowadził do stworzenia firmy na własny rachunek. Napisał więc pięć zasad, którymi ma się kierować jego firma i powołał do życia PRO4MEDIA. Postawił na jakość sprzętu i obsługi oraz transparentność, którymi kieruje się w codziennych działaniach.





## INNOWACJA NA RYNKU CZY STANDARD KONFERENCYJNY? APLIKACJA EVENTOWA POD LUPĄ

Pierwsze mobilne aplikacje eventowe pojawiły się na polskim rynku całkiem niedawno, ale od razu z dużym rozmachem. Większość organizatorów konferencji albo już je stosuje, albo ma to w planach. Nie wszyscy jednak znają pełne spektrum zastosowań takich aplikacji i wiedzą jak z nich umiejętnie korzystać. Co zmieniły oraz jakie korzyści przynoszą uczestnikom, organizatorom i sponsorom, wyjaśnia Miłosz Wójcik, Prezes spółki Solomo, która zbudowała system Confrenz, pozwalający na tworzenie dedykowanych aplikacji mobilnych dla wydarzeń.

### ➤ Czy technologia już na dobre wkroczyła do eventów czy jednak jesteśmy trochę w tyle w porównaniu z zagranicą?

Miłosz Wójcik: Trudno jednoznacznie odpowiedzieć na to pytanie, ponieważ rynek eventów jest bardzo zróżnicowany. To zależy od typu wydarzenia czy branży. Biorąc pod uwagę pojedyncze przypadki wcale nie odstajemy od innych rynków, bo zdarza się w Polsce wykorzystywać różne innowacyjne rozwiązania technologiczne. Jednak przyglądając się bliżej skali, na jaką stosowane są różne technologie, jest jeszcze sporo do zrobienia. Chociażby aplikacje mobilne, które w wielu krajach traktowane są jako standard i muszą pojawić się na każdym wydarzeniu, są w Polsce wykorzystywane głównie podczas konferencji i targów technologicznych. Choć oczywiście zdarzają się wyjątki. Poza samą obecnością aplikacji, chodzi też o umiejętnie jej wykorzystanie przez organizatora, który musi, zachęcić do jej pobrania swoich uczestników.

Świetnym przykładem proaktywnego podejścia do stosowania nowych technologii podczas eventów jest Europejskie Forum Nowych Idei (EFNI) organizowane co roku przez Konfederację Lewiatan. To bardzo duże wydarzenie dla przedsiębiorców, managerów, naukowców i polityków wysokiego szczebla. Mimo, że średnia wieku jest tam dość wysoka, organizatorzy jako jedni z pierwszych w Polsce, już kilka lat temu, zdecydowali się na wdrożenie aplikacji mobilnej. Pamiętam to doskonale ponie-

waż był to nasz pierwszy polski klient. Podczas EFNI aplikacja nie tylko się pojawiła, ale – dzięki bardzo dobrej promocji ze strony organizatora – była chętnie używana przez większość uczestników.

### ➤ Wprowadziliście na rynek aplikację eventową. Jakie są jej cele aplikacji? Jakie spełnia funkcje?

Głównym celem aplikacji jest umożliwienie uczestnikom efektywnego networkingu biznesowego. Większość ludzi przyjeżdża na konferencje i targi właśnie dla kontaktów. Uczestnicy już dawno dostrzegli, że udział w eventach, to nie tylko wiedza prelegentów. Dzięki aplikacji, nowe znajomości nawiązywane przez uczestników są mniej przypadkowe. Każdy może przejrzeć wcześniej listę uczestników, wyszukać ludzi reprezentujących wybrane firmy, czy posiadających określone kompetencje, a następnie rozpocząć z nimi rozmowę na czacie lub od razu umówić spotkanie.

### ➤ Co dokładnie znajduje się w aplikacji? Do czego przydaje się ona na eventach prelegentowi uczestnikowi?

Aplikacja niesie ze sobą konkretne, namacalne korzyści dla każdej ze stron uczestniczących w eventach: dla organizatorów, uczestników, prelegentów, wystawców i sponsorów. Odpowiada na wiele potrzeb. Organizator zyskuje dynamiczny kanał komunikacji z uczestnikami, pobudza networking

i wymianę myśli, co skutkuje większym zadowoleniem uczestników. Zyskuje też dodatkowy kanał marketingowy dla sponsorów, co zwiększa jego przychody. Ponadto, dane które pozyskujemy dzięki zastosowaniu aplikacji pozwalają lepiej zrozumieć potrzeby uczestników i sprawić, że kolejne wydarzenia będzie jeszcze lepiej ocenione.

Uczestnicy nie muszą nosić ze sobą i przeglądać drukowanych harmonogramów, które przy kilku drobnych zmianach w planie, stają się bezużyteczne. Przede wszystkim jednak uzyskują świetne narzędzie do networkingu. Mogą przeglądać listę osób, które wezmą udział w wydarzeniu, rozpocząć rozmowy i umawiać spotkania zarówno przed, w trakcie, jak i po eventach. To znacznie podnosi efektywność biznesową. Zwiększa zwrot z inwestycji czasu i kapitału w wyjazd na konferencję czy targi.

Prelegenci mogą aktywizować uczestników poprzez prowadzone na żywo, za pomocą aplikacji, sondaże oraz zbierać feedback na temat swojego wystąpienia.

Sponsorzy i wystawcy otrzymują dodatkową i wydłużoną w czasie ekspozycję, bo – jak już wspominałem - aplikacja używana jest przed, w trakcie i po wydarzeniu. Sponsorzy, we współpracy z organizatorami i nami mogą wpływać na to, jak długo aplikacja będzie użyteczna, chociażby poprzez zamieszczanie w niej różnych materiałów po wydarzeniu (prezentacje, publikacje, badania, zdjęcia, video).

### ➤ Jaka była historia powstania aplikacji. Proszę powiedzieć jak zrodził się pomysł?

Pomysł zrodził się z własnej potrzeby. Uczestnicząc w wielu konferencjach biznesowych i targach. Wcześniej, pracując dla jednego z polskich funduszy Venture Capital, organizowałem kilkanaście wydarzeń dla inwestorów i startupów rocznie. Poznawałem setki ludzi, ale miałem poczucie, że wiele z tych kontaktów – mimo, że były miłe – do niczego nie prowadziło. Podobne odczucia mieli inni uczestnicy. Potrzebne było narzędzie, które pozwoli mi na umawianie się z ludźmi, z którymi możemy nawiązać współpracę lub dowiedzieć się od nich czegoś wartościowego. Tak zrodził się pomysł. Jego realizację na pierwszym etapie umożliwił nam prywatny inwestor, który był wtedy dyrektorem jednego z międzynarodowych funduszy Private Equity i doskonale rozumiał potrzebę, którą adresował nasz projekt. Inwestycja pozwoliła nam skupić się na tym projekcie przez krótki czas, bo kwota była przeznaczona na stworzenie pierwszej, bardzo okrojonej wersji produktu. Od tamtej pory finansujemy się z bieżących przychodów, bo szybko udało nam się rozpocząć sprzedaż za granicą, a po jakimś czasie także w Polsce.

### ➤ Jak jest nastawienie organizatorów? Czy widzą potrzebę użycia aplikacji, czy jednak uważają to za zbędne?

Podejście organizatorów jest różne. Ci, którzy koncentrują się na dostarczeniu jak największej wartości uczestnikom wydarzenia i patrzą na swój biznes długofalowo, zwracają uwagę na szczegóły i uważają aplikację za element niezbędny. Większe zadowolenie uczestników, wynikające z tego, że na eventach poznali kogoś, z kim później podpisali umowę, powoduje, że wracają na kolejne edycje. Są też organizatorzy, którzy chcą mieć aplikację, bo trzeba, bo słyszeli, że to modne, nie zastanawiając się co może ona wnieść i traktując ją po macoszemu. Tacy organizatorzy, mimo posiadania aplikacji, odnoszą z niej mało korzyści. Inni uważają, że aplikacja jest zbędna. Wielu boi się zmian i ich unika. Przede wszystkim dlatego, że obawiają się większego obciążenia. Na szczęście znaleźliśmy sposób na to, by przekonać organizatorów, zajmując się obsługą aplikacji od A do Z, co przekonuje kolejne firmy do współpracy z nami.

### ➤ Jak przekonałby Pan mnie jako uczestnika, że warto zainstalować Waszą aplikację? Z jaką największą bolączką się spotykacie? Ciężko nakłonić uczestników do użycia produktu?

Zapytałbym po co Pani przyjechała na konferencję, a następnie pokazał element aplikacji, który pozwoliłby Pani jeszcze bardziej efektywnie zrealizować ten cel. Uczestnicy instalują aplikację, gdy widzą w niej konkretne korzyści dla siebie. Trzeba komunikować im wymierne korzyści. To stosunkowo proste zadanie. Aplikacja jest prosta i intuicyjna, więc zapoznanie się z nią naprawdę nie jest skomplikowane.

**Aplikacja niesie ze sobą konkretne, namacalne korzyści dla każdej ze stron uczestniczących w eventach: dla organizatorów, uczestników, prelegentów, wystawców i sponsorów. Odpowiada na wiele potrzeb.**

### ➤ Czy uważa Pan, że istnieje zagrożenie, że korzystając z aplikacji ludzie już kompletnie przestaną podchodzić do siebie na eventach? W końcu można w niej pogadać, zaciepić kogoś, znaleźć w social mediach, więc rozmowy bezpośrednie zejdą na drugi plan.

Na konferencje jeździ się właśnie po to, by spotykać się z ludźmi twarzą w twarz i budować prawdziwe relacje. Aplikacja ma te realne kontakty podsycać, zwiększając ich trafność. Za jej pomocą odnajdujemy odpowiedniego człowieka, umawiamy się i idziemy na spotkanie. Moje wrażenie jest wręcz przeciwne – dzięki niej odbywa się jeszcze więcej sensownych spotkań biznesowych. Bardzo szybko przenosimy rozmowę z Internetu do życia realnego. Ponadto rynek cały czas się rozwija, liczba konferencji rośnie z roku na rok. Ludzie wciąż chcą się spotykać i rozmawiać, bo tak buduje się prawdziwe relacje.

### ➤ Dla jakich eventów tworzyliście już aplikacje? Proszę się pochwalić Waszymi klientami.

Wśród naszych polskich klientów są między innymi PLAY, Leroy Merlin, Konfederacja Lewiatan i Blue Business Media. Za granicą są to tacy gracze jak chociażby INFORMA czy organizator największych targów dotyczących Internet of Things, które odbywają się w San Francisco, Londynie i Berlinie. Od niedawna tworzymy także aplikacje dla festiwali muzycznych czy filmowych. Jednym z naszych w tym obszarze klientów jest Transatlantyk Festiwal. Klientów jest sporo i można podzielić ich na kilka grup: agencje reklamowe i eventowe, korporacje oraz niezależni organizatorzy eventów, które są marką samą w sobie.

### ➤ Co zamierzacie robić w przyszłości?

Obecnie tworzymy aplikacje w modelu White Label, a więc każdy event lub seria eventów posiada własną aplikację. W przyszłym roku wprowadzimy na rynek aplikację agregującą wszystkie wydarzenia, która wnieśli bardzo dużo wartości dla organizatorów i uczestników. To nasz główny cel. Ponadto planujemy stworzenie zintegrowanego z aplikacją systemu rejestracji i sprzedaży biletów online oraz aplikacji do rejestracji uczestników na miejscu wydarzenia. Chcemy zająć się kompleksowo obsługą i rejestracją, tak, by jak najbardziej odciążać organizatorów.

**Rozmawiała Paulina Pięta**

**MIŁOSZ WÓJCIK** - przedsiębiorca technologiczny działający na styku nowych technologii i marketingu. Prezes zarządu dwóch spółek: Solomo – firmy, która stworzyła system Confrenz oraz Appchance – studia projektującego i programującego aplikacje mobilne.



## O KROK PRZED KONKURENCJĄ

Jak rozpocząć biznes na rynku eventowym? Jak go rozwinąć i utrzymać się w roli lidera? Czym wyróżnić się w branży? Czy i jak rynek eventowy się zmienia? Jaką wartość mają nagrody branżowe? O tych i innych aspektach prowadzenia wypożyczalni mebli eventowych opowiada Wojciech Zbroja - współzałożyciel i Prezes Zarządu Rent Design.

➤ **Zarządza Pan kilkudziesięcioosobowym zespołem, nadzoruje ofertę firmy, jej rozwój i finanse, a także odpowiada za budowanie relacji biznesowych oraz projektowanie produktów. Chciałoby się powiedzieć człowiek orkiestra. Skąd tyle energii?**

Wojciech Zbroja: Nawyk do nadwyrężania organizmu został mi z okresu dojrzwania, kiedy to dużo imprezowałem, a już miałem całkiem sporo obowiązków. Od kiedy pamiętam zawsze w wolnym czasie pracowałem. Dodatkowo nie jestem w tym wszystkim sam, gdyż mam ze sobą szereg wspianych osób, które wspierają mnie w moich działaniach.

➤ **Jak Pan rozpoczął swoją przygodę z rynkiem eventowym?**

Prowadząc studio fotograficzne wynajmowałem powierzoną na działania eventowe, aczkolwiek był to

wtedy dla mnie obcy rynek. Poznałem go o wiele lepiej, gdy sześć lat temu zacząłem tworzyć swoje pierwsze scenografie do eventów. Następstwem tych działań było powstanie Rent Design w 2011 roku. Dopiero od tego czasu mogę powiedzieć, że zacząłem poznawać branżę eventową, a ona mnie

➤ **Początkiem roku otrzymał Pan wyróżnienie jako Osobowość Roku 2015 MICE Poland w kategorii Podwykonawca, teraz kolejna nagroda. Co ona dla Pana znaczy? Proszę opowiedzieć o niej coś więcej.**

Każda z nagród ma inny wymiar. Osobowość Roku MICE Poland to moim zdaniem największe wyróżnienie jakie może spotkać osobę działającą na rynku eventowym w naszym kraju. Jest to gala, która od ośmiu lat budzi duże emocje wśród przedstawicieli branży. Nagroda ta ma dla

mnie szczególne znaczenie, gdyż w jej przyznaniu największy udział mają klienci i osoby współtworzące całą branżę. Wyróżniając mnie docenili oni mój wkład pracy w wypożyczalnię mebli, która dostarcza rozwiązania do aranżacji przestrzeni eventowych.

Kolejnym prestiżowym wyróżnieniem było dostrzeżenie naszego działania przez magazyn BRIEF i uplasowanie mojej osoby w rankingu 50 najbardziej kreatywnych w biznesie. To pokazało nam, że nasza praca jest zauważana i doceniana przez różne środowiska biznesowe, a nie tylko tak jak wcześniej nam się wydawało, przez branżę MICE. Otrzymałmy jeszcze jedno wyróżnienie, o którym nie było okazji wspomnieć wcześniej. W 2015 roku usługa oferowana przez Rent Design otrzymała rekomendację do nagrody Dobry Wzór 2015, wręczanej przez Instytut Wzornictwa Przemysłowego.

Wszystkie nagrody cieszą zarówno mnie jak i cały zespół. Dają nam motywację do dalszego działania. Dzięki nim odczuwamy, że jesteśmy potrzebni, a to jest najważniejsze.

➤ **Czym się wyróżniają Wasze usługi? Czy stawiacie na jakość obsługi czy szybkość? A może jakieś inne aspekty? Dlaczego poleciliby Pan Wasze meble?**

Otwierając firmę chciałem stworzyć ofertę i usługę, jakiej sam bym oczekiwał, a której nie mogłem znaleźć na rynku. Mam tu na myśli kompleksowość działania. Co to oznacza? Chodzi o to, by wynajem mebli nie sprowadzał się do samej dostępności. Stawiamy na innowację we wszystkich aspektach naszego działania. Znaczenie ma zarówno jakość, jak i szybkość obsługi przy zachowaniu najwyższych standardów pracy z klientami. Śledzimy najnowsze trendy i wprowadzamy do oferty zarówno produkty znanych i cenionych producentów, jak również swoje autorskie projekty, których nasi klienci nie znajdą nigdzie indziej. Kolejną rzeczą, na którą kładziemy duży nacisk to proces kontroli jakości produktów. Staramy się, aby meble i akcesoria zawsze charakteryzowały się nienagannym stanem.

➤ **Firma działa na rynku od pięciu lat. Dysponujecie bazą ponad 12 tysięcy mebli obsługując około tysiąca wydarzeń rocznie. To imponujący wynik. Od czegoś jednak się zaczęło. Jak wyglądały początki i jak firma rosła w siłę?**

To fakt, nie od razu byliśmy dużą firmą. Nikt nie dał mi gotowego know-how jak stworzyć wypożyczalnię mebli. System działania musiałem wypracować sobie sam metodą prób i błędów. Razem z moim współnikiem mieliśmy doświadczenie w prowadzeniu firmy, natomiast wypożyczalnia była dla nas czymś zupełnie nowym. Początkowo wprowadziliśmy do oferty dosłownie kilkanaście produktów, w tym jako pierwszy weszliśmy na rynek z zupełnie nowym rozwiązaniem, jakim były meble LED-owe z własnym zasilaniem. Rozwiązanie to szybko spodobało się naszym nowym klientom. Początkowo zamówienia dostarczałem osobiście moim samochodem kombi z przyczepką. Dziś Rent Design to około 40 osobowy zespół i flota samochodowa składająca się z 14 pojazdów.

➤ **Jakie widzi Pan problemy działając na rynku eventowym, a co można pochwalić w tej branży? Jakie są Pana obserwacje?**

Nie skupiamy się na problemach tylko patrzymy na nie jak na wyzwania, którym należy stawić czoła. Osobiście wolę szukać pozytywnych aspektów. Mam wrażenie, że nasza branża wyróżnia się dużą serdecznością. Od początku naszego istnienia spotykałem się z otwartością i zawsze pozytywnym przyjęciem. To sprzyja budowaniu świetnych relacji biznesowych i prężnemu rozwojowi. Istotne jest także to, że nie-



zależnie ile podmiotów bierze udział w realizacji danego wydarzenia, wszystkim przyświeca jeden cel: WSPÓLNY SUKCES.

➤ **Jak zmienił się rynek eventowy w porównaniu z poprzednimi latami. Widzi Pan progres i w jakich aspektach?**

Polska branża eventowa jest stosunkowo młoda i nieustannie się rozwija. Co za tym idzie wszystkie firmy działające w tej branży rozwijają się razem z nią. W ostatnich latach stworzonych zostało wiele nowych obiektów na potrzeby organizacji wydarzeń, a oferowane klientom rozwiązania charakteryzują się coraz większą innowacyjnością. Dzięki temu poziomem nie odbiegamy już od realizacji na doświadczonej, zagranicznych rynkach. W ciągu ostatnich lat zmieniło się bardzo wiele. W głównej mierze pod względem multimedialnym. Pojawiły się nowe rozwiązania, rozwój technologiczny pozwala na więcej. W naszych domach zmieniły się telewizory, nasze telefony inaczej wyglądają. Tak samo ewoluowały rozwiązania, które są wykorzystywane podczas eventów. Klienci lubią nowinki, lubią być zaskakiwani. My sami wprowadzamy kilkanaście nowych modeli do oferty każdego roku, dzięki temu nasza oferta jest ciekawa i różnorodna. Dodatkowo stale zwiększamy stany magazynowe, dzięki czemu możemy sprawniej obsługiwać realizacje.



➤ **Wygląda na to, że zdobyliście już wszystko. Jakie macie jeszcze plany i cele na przyszłość?**

Dziękuję za tak miłe słowa, lecz jeszcze dużo pracy przed nami. Udało nam się zdobyć pozycję lidera rynku, która stawia przed nami wiele wyzwań. Ciągłe się rozwijamy, rozbudowujemy ofertę i usprawniamy procesy wewnątrz firmy. W naszym wypadku istotnym elementem firmy jest sprawne centrum logistyczne, czyli nasza baza. W tej chwili jest to już trzecia siedziba firmy, a powoli przestajemy się w niej mieścić. Czas na kolejne wyzwania.

Rozmawiała Paulina Pięta

WOJCIECH ZBROJA - współzałożyciel i Prezes Zarządu wypożyczalni mebli Rent Design oraz założyciel i Prezes firmy scenograficznej Od Niechcienia. W branży reklamowej i eventowej obecny od ponad 12 lat. Laureat rankingu magazynu BRIEF 50 najbardziej kreatywnych w biznesie 2015 oraz Osobowość Roku MICE Poland 2015. W codziennej pracy stawia na najwyższą jakość obsługi i usług, w tym na profesjonalne doradztwo, transparentność, zaufanie, elastyczność a przede wszystkim na innowacyjność, by zawsze być o krok przed konkurencją.



ul. Józefa Pukowca 15,  
40-847 Katowice

tel. +48 32 259 83 99 / 98 / 96  
altasoft@altasoft.pl



## GRUPA ALTASOFT

[www.altasoft.pl](http://www.altasoft.pl)

AltaSoft oferuje aplikacje interaktywne wspomagające i uatrakcyjniające konferencje, kongresy i szkolenia.

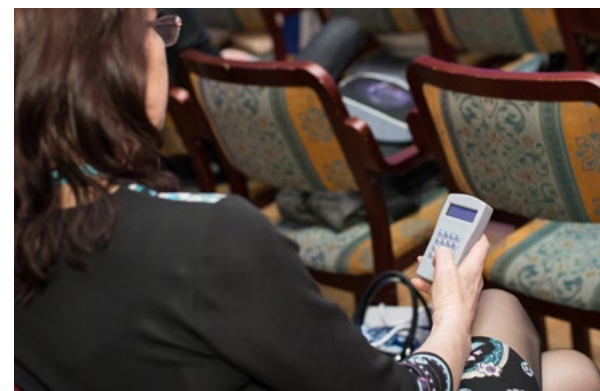
Od ponad 16 lat świadczymy usługi softwarowe i outsourcingowe na rzecz polskich i zagranicznych Klientów. Dostarczamy oprogramowanie szyte na miarę o różnym spektrum zastosowań oraz oferujemy swoje własne produkty.

Nasz system AS-Event pozwala nam na szybką publikację w sklepach aplikacji mobilnych na dane Wydarzenie, a naszym Klientom na wygodną zmianę publikowanych treści za pomocą udostępnionego portalu internetowego.

Za pomocą innych naszych rozwiązań: AS-SMS (SMS-y), AS-Voting (piloty), UPSA (skaner) obsługujemy testy, egzaminy, quizy, ankiety, głosowania i wybory.

Wspieramy także interakcję z wykładowcami przez systemy umożliwiające wysyłanie i obsługę pytań (AS-ASK, AS-SMS) oraz inne elementy organizacji konferencji (AS-TIMER, POSTER).

Lata tworzenia aplikacji na zlecenie sprawiły, że efektywnie koncentrujemy się na potrzebach naszych Klientów. Dbamy o jakość i elastyczność naszych rozwiązań. Jesteśmy w stanie w każdej chwili je zmodyfikować tak, aby w pełni satysfakcjonowały naszego Klienta i odpowiadały wymogom danego Wydarzenia.



# aram

ul. Wspólna 57  
05-075 Warszawa

tel. 22 778 70 75  
info@aram.pl

Koncepcja, projekt oraz kompleksowa produkcja techniczna i scenograficzna eventów na najwyższym poziomie.

Oferujemy pełen pakiet usług, od kreatywnych pomysłów po ich realizację dopracowaną w każdym szczególe. Zapewniamy własne zaplecze techniczne a przy produkcji korzystamy z najnowocześniejszego sprzętu i najlepszych specjalistów.

Wyznaczamy najwyższe standardy w planowaniu i produkcji wydarzeń. Pracując z najlepszymi projektantami, realizatorami i technikami oraz bazując na niezawodnych i sprawdzonych technologiach, wcielamy w życie najsmielsze pomysły.

Naszym Klientom oferujemy model "Od projektu do efektu", z jedną osobą kontaktową odpowiedzialną za projekt, gwarantując sukces każdego wydarzenia.

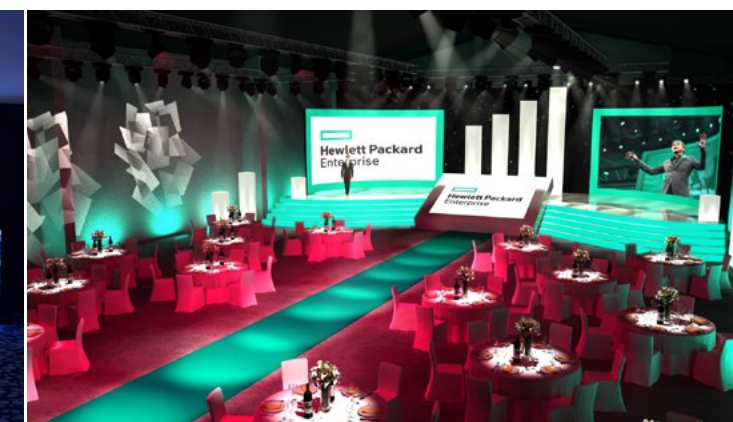
Ty masz cel, my go realizujemy.

Member of  
**PRG ALLIANCE**



## ARAM

[www.aram.pl](http://www.aram.pl)





ul. Kolejowa 9/11  
01-217 Warszawa

tel. +48 22 631 80 91  
biuro@brill.pl

Brill AV Media Sp. z o.o. jest międzynarodową firmą działającą od wielu lat na rynku usług audiowizualnych w krajach Europy Środkowo-Wschodniej. W ramach Brill AV Media European Group ściśle współpracuje z partnerami z Węgier, Czech, Słowacji i Austrii.

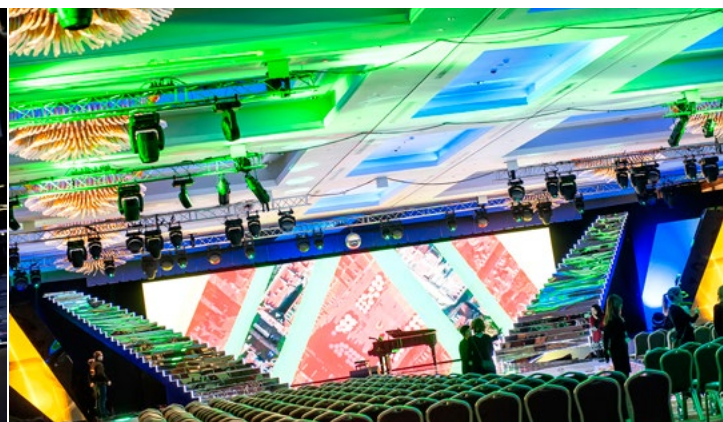
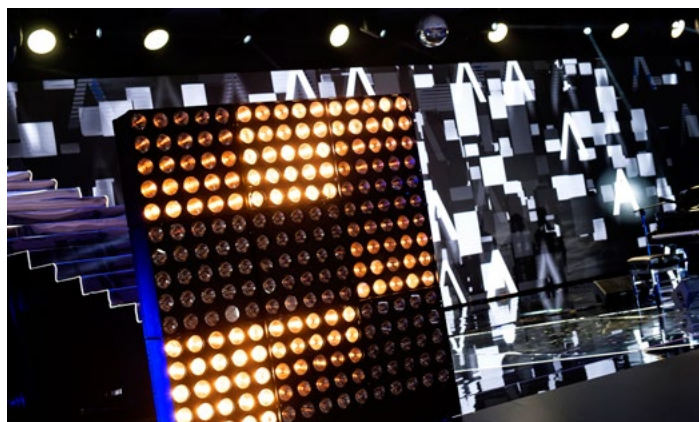
Brill AV Media kompleksowo obsługuje każdy event, zapewniając pełne spektrum urządzeń technicznych, jak i profesjonalne doradztwo na każdym etapie organizacji wydarzenia. Priorytetem firmy jest zapewnienie zarówno lokalnym, jak i międzynarodowym klientom najwyższej jakości usług.

Oferta zawiera rozwiązania dla organizatorów wszelkiego rodzaju eventów. BAVM posiada wieloletnie doświadczenie w zakresie usług typowo konferencyjnych takich jak: tłumaczenia, głosowania czy wideokonferencje, jak również specjalistycznych technologii wideo, a także realizacji i odpowiedniego doboru nagłośnienia oraz oświetlenia. Firma zajmuje się także projektowaniem, wykonawstwem oraz serwisowaniem stałych instalacji audiowizualnych w różnego rodzaju obiektach – biurowych salach konferencyjnych, hotelach, klubach, galeriach handlowych, szkołach, halach sportowych, muzeach, kinach i innych.

Największy atut stanowi doświadczona, wyedukowana, stale podnosząca swoje kwalifikacje, a przede wszystkim zgrana kadra pracowników. Systematyczne inwestycje oraz dostęp do baz sprzętowych całej Grupy Brill AV Media sprawiają, że firma jest jednym z liderów pod względem technologicznym, jak i pod względem ilości własnego sprzętu technicznego.



**BRILL AV MEDIA Sp. z o.o.**  
[www.brillavmedia.pl](http://www.brillavmedia.pl)



10 LAT  
W POLSCE

# Od briefu...

PRZEZ PROJEKT, PO REALIZACJĘ I OBSŁUGĘ

Member of  
**AV Alliance**

BRILL AV MEDIA TO MIĘDZYNARODOWA FIRMA DZIAŁAJĄCA OD WIELU LAT NA RYNKU USŁUG AUDIOWIZUALNYCH W KRAJACH EUROPY ŚRODKOWO-WSCHODNIEJ, PRZY WSPÓŁPRACY Z PARTNERAMI Z WĘGIER, CZECH, SŁOWACJI I AUSTRII.

KOMPLEKSOWO OBSŁUGUJEMY KAŻDY EVENT, ZAPEWNIAMY PEŁNE SPEKTRUM WŁASNYCH URZĄDZEŃ TECHNICZNYCH, JAK I PROFESJONALNE DORADZTWO NA KAŻDYM ETAPIE ORGANIZACJI WYDARZENIA.

**Multimedia.**  
**Systemy oświetleniowe.**  
**Systemy nagłośnieniowe.**  
**Rozwiązania konferencyjne.**  
**Systemy do głosowań.**  
**Tłumaczenia symultaniczne.**  
**Instalacje AV.**

[www.BrillAVMedia.pl](http://www.BrillAVMedia.pl)

[WWW.FACEBOOK.COM/BRILLAVMEDIA](https://www.facebook.com/brillavmedia)

# Confrenz

ul. Matejki 46/5  
60-767 Poznań  
tel. +48 729 48 63 29

wtc@confrenz.com  
www.confrenz.com

Confrenz to kreator brandowanych aplikacji mobilnych dla konferencji, targów i wydarzeń korporacyjnych. Od 2013 roku, w którym powstał system, aplikacje stworzone przez Confrenz obsłużyły ponad 100 eventów o różnej wielkości i tematyce. Ponad 60% naszych Klientów to organizacje działające w Europie Zachodniej.

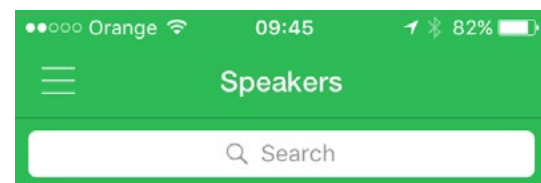
Dzięki Confrenz, użytkownicy i organizatorzy otrzymują niezwykle efektywną platformę pomagającą w nawiązywaniu i podtrzymaniu kontaktów biznesowych. Służą temu takie funkcje jak umawianie spotkań 1 na 1, wysyłania wiadomości prywatnych, czy opcja dodawania innych użytkowników do prywatnej listy kontaktów.


Jest to też niezastąpione narzędzie w dostarczeniu wszystkich informacji na temat wydarzenia. Użytkownik ma pełen dostęp do aktualizowanych na żywo funkcji takich jak agenda, profile prelegentów, informacje kontaktowe i lokalizacyjne, przewodnik po mieście, czy prezentacje PDF.

Aplikacje Confrenz to również rewolucyjny sposób na angażowanie uczestników dzięki takim funkcjom, jak dyskusje i głosowania "real-time" w trakcie prezentacji, czy wspólnym tworzeniu wspólnej galerii eventowej.

Platformy: iOS, Android, HTML5 (web)

Wybrani klienci:  
IoT World Forum, Leroy Merlin, Konfederacja Lewiatan - Europejskie Forum Nowych Idei, Global Business Travel Association, Blue Business Media.



 **Norbert Filiński**  
Client Director  
Nielsen

 **Przemysław Gaszewski**  
Dyrektor Zakupów  
Polska Grupa Supermarketów

**CONFRENZ**  
www.confrenz.com

 **Grzegorz Gęsik-Rudnicki**  
E-commerce BU Manager  
Coca-Cola HBC Polska

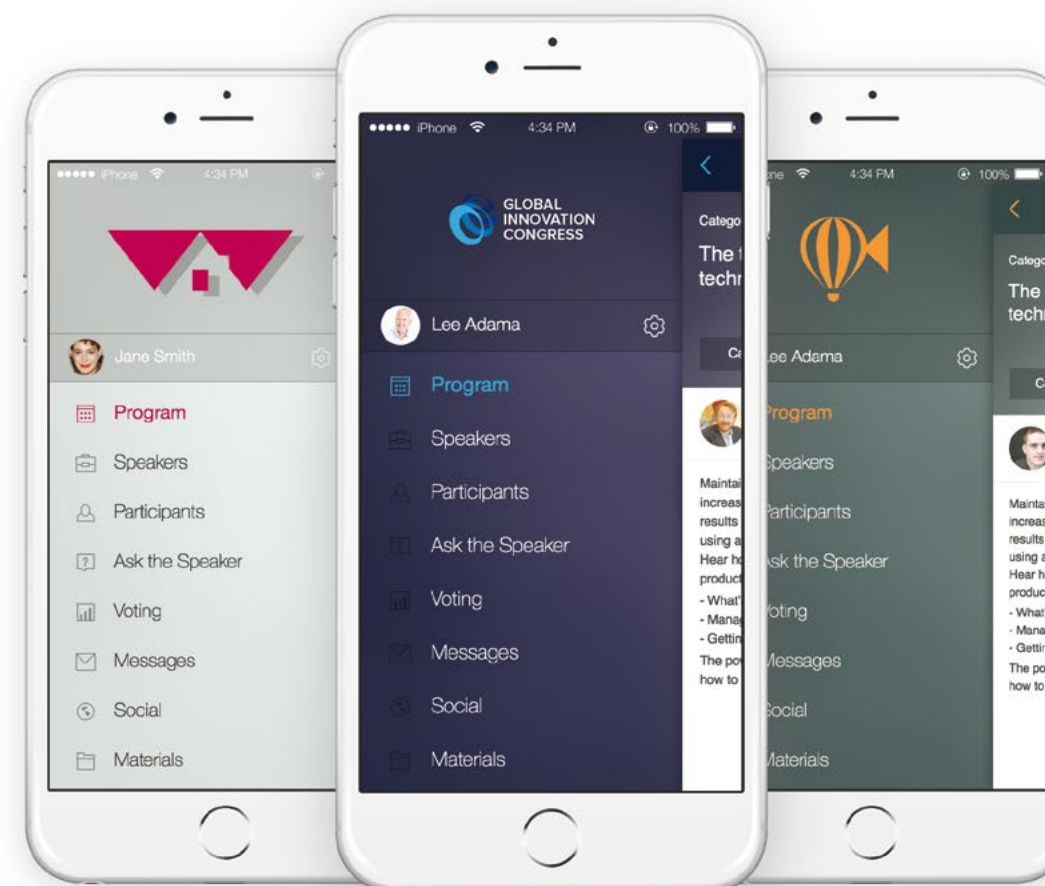
 **Arkadiusz Glinka**  
Director of Transportation  
C.H. Robinson

 **Adam Goljan**  
Presales Specialist  
SAP

# Confrenz

www.confrenz.com

Dedykowane aplikacje mobilne  
dla eventów.

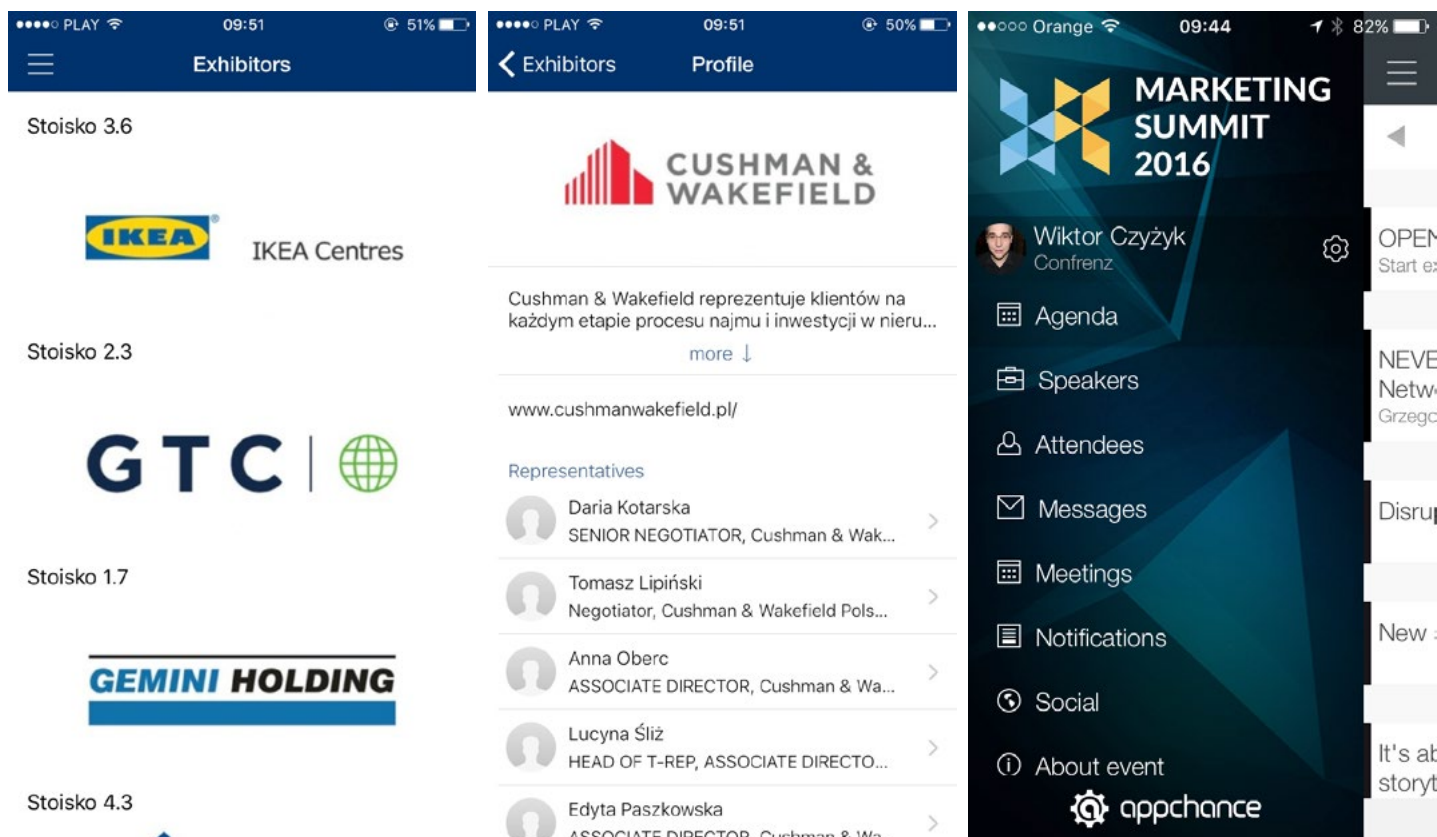


Tworzone przez nas aplikacje sprawiają, że Twoje wydarzenie stanie się jeszcze bardziej wartościowe dla uczestników, wystawców i sponsorów, dając im możliwość bardziej efektywnej realizacji ich celów biznesowych.

Skontaktuj się z nami i dowiedz się więcej:

**Wiktor Czyżyk**  
Sales Director

wtc@confrenz.com • +48 729 486 329



**Confetti System**  
sceniczne efekty specjalne

tel. 535 016 924  
kontakt@confettisystem.pl

zespół Confetti System już od 9 lat zajmuje się kompleksową organizacją scenicznych efektów specjalnych na terenie całej Polski. Chcesz zobaczyć confetti, płomień, serpentyny, balony, dym, pianę, a może bańki mydlane na swojej imprezie? Nie ma sprawy.

Bogata oferta usług, oraz duża ilość profesjonalnego sprzętu, pozwalają na realizację nawet najbardziej nietypowych, skomplikowanych i zróżnicowanych zamówień.

Tegoroczny sezon Confetti System rozpoczęło oprawą koncertów dla światowych gwiazd muzyki, takich jak Skrillex czy Armin van Buuren. Efekty przygotowane przez Confetti System towarzyszyły również miłośnikom sportów podczas Finału Pucharu Polski czy żużlowych Speedway BEST Pairs w Toruniu, Landshut i Ostrowie Wielkopolskim.

Eventy sportowe w wykonaniu Confetti System to jednak nie tylko żużel i tory, ale również imprezy organizowane w przestrzeni miejskiej, jak chociażby Flying Rockstar Energy Tour, która odbyła się 28 maja w Warszawie, pod Pałacem Kultury.

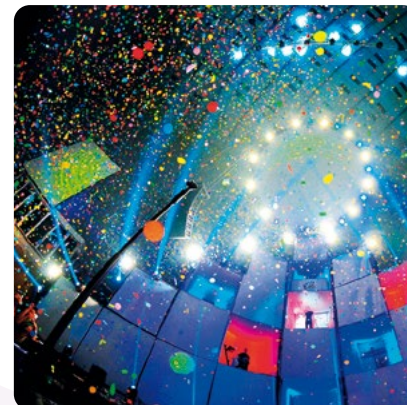
Wszelkie informacje na temat oferty Confetti System i przykładowe realizacje opraw scenicznych dostępne są pod adresem [www.confettisystem.pl](http://www.confettisystem.pl)



**CONFETTI SYSTEM**  
[www.confettisystem.pl](http://www.confettisystem.pl)



**Confetti System**  
sceniczne efekty specjalne



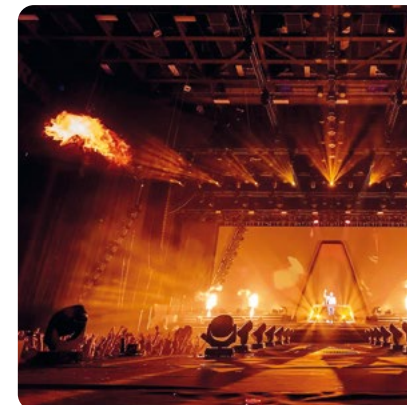
POKAZY CONFETTI



WENTYLATORY LED



BAŃKI MYDLANE



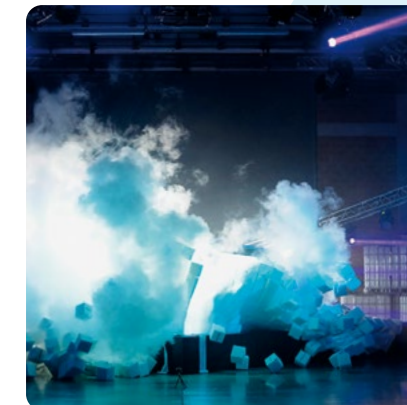
PŁOMIENIE



SERPENTYNY



FLOGOS | PIANA



EFEKTY CO<sub>2</sub>



PIROTECHNIKA

TWÓJ PARTNER OD SCENICZNYCH  
EFEKTÓW SPECJALNYCH

... I WIELE INNYCH!



ul. Szyszkowa 20A  
02-285 Warszawa

tel. 22 424 26 26  
biuro@eventroom.pl

Działamy na rynku już ponad 15 lat i z niekończącą się satysfakcją dbamy o techniczne aspekty wydarzeń, które Państwo realizujecie. Większość z nich nie mogłaby odbyć się bez udziału specjalistycznego sprzętu i dużej wiedzy technicznej połączonej z doświadczeniem ekipy realizującej.

W Eventroom stawiamy sobie za cel dostarczenie Klientowi pełnej i komfortowej usługi z zakresu obsługi technicznej każdego organizowanego wydarzenia. Stale rozbudowujemy bazę sprzętu i poszukujemy nowych, atrakcyjnych rozwiązań, które zadowolą rosnące wymagania rynku.

Zakres naszego działania to profesjonalna realizacja oświetlenia, nagłośnienia i multimedii. W naszym portfolio znajdziecie Państwo tłumaczenia symultaniczne i kompleksową realizację najbardziej wymagających konferencji.

Nowością, którą się chwalimy są bezprzewodowe dekoracje świetlne, z pełną możliwością sterowania oświetleniem, co pozwala osiągnąć niezwykle efekty dekoracyjne tam, gdzie do tej pory było to niemożliwe.

Naszą misją jest doskonalenie oferty tak, by nasz Klient otrzymał pełen wybór możliwości i kompletny support techniczny w jednym miejscu. Od ciekawego projektu po efektowną, bezproblemową realizację.

Państwa komfort to dla nas największa satysfakcja!

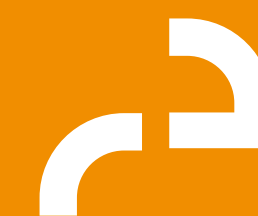


## EVENTROOM FILIP HAMERLA

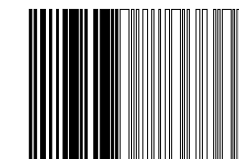
[www.eventroom.pl](http://www.eventroom.pl)



**OŚWIETLENIE  
NAGŁOŚNIENIE  
MULTIMEDIA  
SCENOGRAFIA**



**EVENTROOM** Filip Hamerla  
Tel. 22 424 26 26 / + 48 602 634 289  
[www.eventroom.pl](http://www.eventroom.pl)



FOCUS LIGHT TEAM

ul. Nadbużna 73  
07-221 Brańszczyk

tel. 501 233 656  
tomasz.m@focuslight.pl  
biuro@focuslight.pl

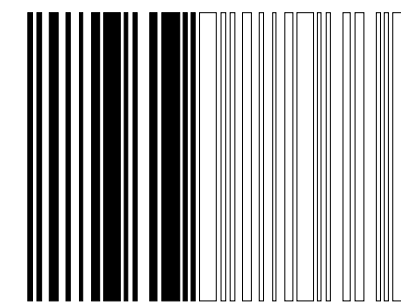
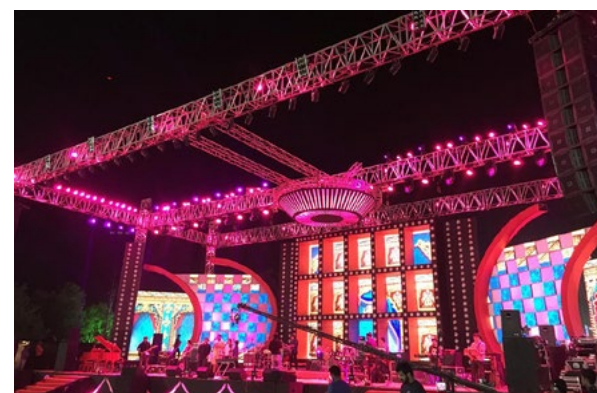
Koordinacja i produkcja techniczna, obsługa konferencji, eventów, koncertów, wydarzeń korporacyjnych i promocyjnych.

Dzięki wykorzystaniu dostępnych mobilnych technologii jesteśmy w stanie projektować i wcielać w życie nasze pomysły z dowolnego miejsca. Daje to nam bardzo elastyczną dostępność dla naszego potencjalnego zleceniodawcy. Fakt posiadania przez nas doświadczenia / około 2000 obsługiwanych wydarzeń / wiedzy i umiejętności w tworzeniu np. Eventu od tzw. podstaw stwarza bardzo atrakcyjną formę usług proponowanych zleceniodawcom.

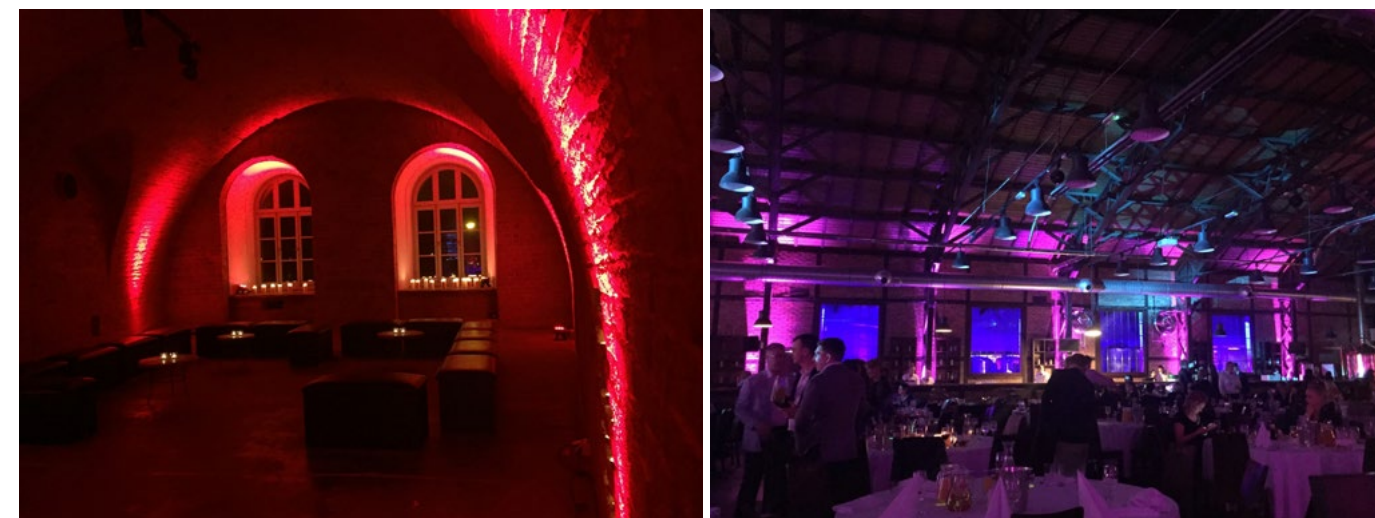
Projektowanie oraz koordynacja techniczno-logistyczna to nasza specjalność.



**FOCUS LIGHT TEAM**  
**Tomasz Murawski**  
[www.focuslight.pl](http://www.focuslight.pl)



FOCUS LIGHT TEAM



Zajmujemy się projektowaniem oraz logistyką działań ekip technicznych w strefie eventy, konferencje, imprezy firmowe, koncerty.

Praca z Focus Light Team to pełna koordynacja wydarzeń i wielu podmiotów wykonawczych w jednym miejscu.

**Focus Light Team to doświadczony partner przy organizacji eventu.**



GimbalTV | Produkcja filmowa  
tel. 884 300 003  
halo@gimbaltv.pl  
www.gimbaltv.pl

Droncam | Filmowanie z drona  
www.droncam.eu

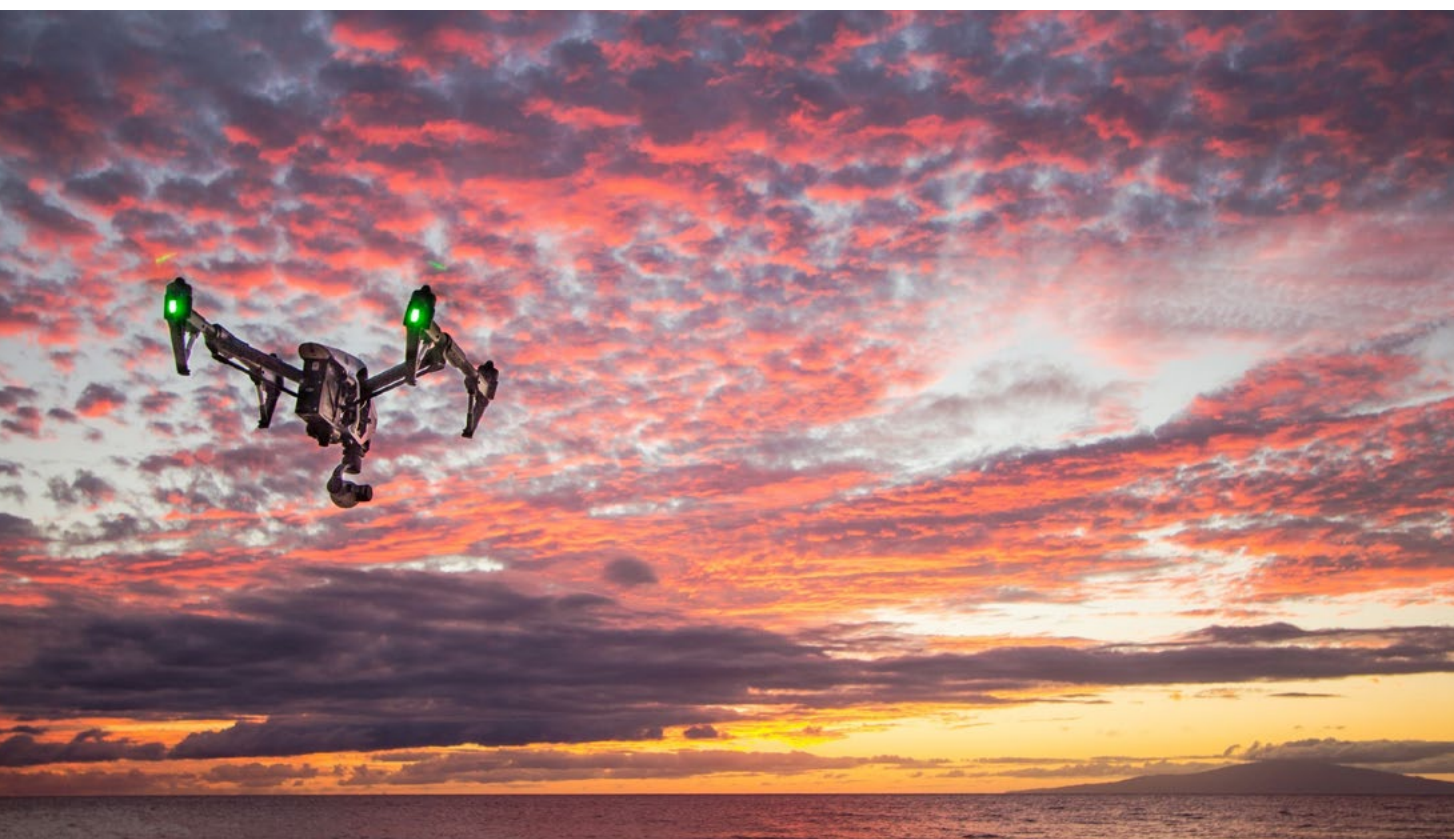


Produkcja Filmowa

Ogranicza nas tylko wyobraźnia...

Jesteśmy miłośnikami sztuki filmowej i pomimo młodego wieku posiadamy wieloletnie doświadczenie. Robimy to co kochamy, dlatego ciągle się rozwijamy i podnosimy sobie poprzeczkę. Podejmujemy każde, nawet najbardziej ekstremaalne wyzwanie, a każdy projekt realizujemy z takim samym zapałem. Charakteryzuje nas 100% Profesjonalizmu, Najlepsza Jakość, Skuteczność i Szybkość. Korzystamy z nowoczesnych rozwiązań i dobieramy narzędzia pracy tak by jakość produkcji była na najwyższym możliwym poziomie. Od kilku lat wykorzystujemy żyroskopową stabilizację obrazu, dzięki czemu nasze produkcje sprostają nawet najbardziej wymagającym klientom. W naszej ofercie znajduje się również filmowanie z drona. Do tego celu stworzyliśmy nowy projekt - Droncam. Zrealizujemy reklamę, film promocyjny, reportaż z event'u, czy teledysk. Zainteresowany? Nie czekaj! Napisz do nas: halo@gimbaltv.pl

**GimbalTV**  
www.gimbaltv.pl | www.droncam.eu



**GIMBAL TV**



**SPOTY REKLAMOWE**

**TELEDYSKI**

**REPORTAŻE Z EVENTÓW**

**FILMOWANIE Z DRONA**

**MONTAŻ I POSTPRODUKCJA**

**WWW.GIMBALTV.PL**  
**HALO@GIMBALTV.PL**  
**TEL: 884 300 003**

# LEŻAKING

ROZMIAR MA ZNACZENIE

Marynarska 14  
02-674 Warszawa

tel. +48 22 4480522  
biuro@lezaking.pl

Dotychczas wymyślono już wiele elementów reklamowych, które pojawiają się w przestrzeni publicznej lub na event'ach, jednak żaden z nich nie działa tak jak LeżaKing. Nasze rozwiązanie łączy w sobie zalety roll-up'a oferując gigantyczną przestrzeń reklamową (ok. 4m<sup>2</sup>) oraz użyteczność leżaka. Takiego efektu nie osiągniesz stawiając nawet 100 tradycyjnych leżaków.

#### Charakterystyka:

- logo widoczne dookoła: 360°
- druk materiału w pełnym kolorze CMYK
- wymienna grafika reklamowa
- pomieści komfortowo co najmniej 2 osoby dorosłe
- obciążenie nawet 200 kg.
- lekka aluminiowa konstrukcja
- bezpieczny dla użytkowników (4 punkty podparcia)
- poszycie leżaka z materiału wodoodpornego, trudnopalnego
- szybkie rozkładanie i składanie (15 minut)
- poręczna torba transportowa
- użytkowanie przez cały rok zimą/latem
- uwielbia portale społecznościowe, z wzajemnością



LeżaKing  
www.lezaking.pl



## MP Power Awards

piąta edycja konkursu nagradzającego  
najlepsze realizacje eventowe, lokacje  
z największym potencjałem i osoby z powerem!

## MP Power Day

oficjalne rozpoczęcie konkursu  
MP Power Awards 2016  
konferencja i bankiet  
6 października 2016,  
Przestrzeń eventowa „Miłość” w Warszawie

[www.mppowerawards.pl](http://www.mppowerawards.pl)

organizatorem konkursu jest:  
[www.meetingplanner.pl](http://www.meetingplanner.pl)

MP  
power awards

K&A  
K&A

Meeting  
Planner.pl  
Wiedza - Nierozłączna - Społeczność



Osiedle 1 Maja 16G  
44-304 Wodzisław Śląski

tel. 32 444 66 16  
kontakt@mitko.pl



**MITKO Sp. z o.o.**  
[www.mitko.pl](http://www.mitko.pl)



Mitko - 25 lat doświadczenia!

Firma Mitko z siedzibą w Wodzisławiu Śląskim działa na rynku od 1989 roku.

Od początku naszej działalności kładziemy nacisk na profesjonalizm obsługi i jakość naszych wyrobów.

Obecnie jesteśmy wiodącym producentem outdoorowych nośników reklamowych.

Specjalizujemy się w produkcji namiotów reklamowych, parasoli i flag.

Jesteśmy jedną z nielicznych firm, które mogą się pochwalić kompleksową obsługą klienta na etapie sprzedaży, produkcji i dostawy.

Jako jedyni w kraju produkujemy namioty zgodne z wymogami europejskiej normy PN-EN 13782:2015-2007, regulującej kwestie bezpiecznego użytkowania zasadań tymczasowych. Dzięki własnej ślusarni jesteśmy niezależnym producentem stelaży namiotowych i masztów flagowych. Ma to niebagatelny wpływ na terminowość i niezależność produkcji.

Nasza szwalnia została wyspecjalizowana w konfekcjonowaniu grubych tkanin poliestrowych używanych do produkcji namiotów i parasoli.

Własna drukarnia cyfrowa, specjalizująca się w druku sublimacyjnym, gwarantuje terminową realizację każdego zamówienia i kontrolę procesu drukarskiego.

Pracownia sitodruku pozwala na profesjonalny wydruk powtarzalnych elementów.

Nasze produkty na każdym etapie produkcyjnym są kontrolowane pod względem jakościowym i zgodnością z zamówieniem.

Wszystkie produkty są objęte gwarancją producenta. Dodatkowo zapewniamy kompletny serwis pogwarancyjny oraz doradztwo techniczne naszych inżynierów.

Zapraszamy do współpracy



**„PODESZLIŚMY Z CIEKAWOŚCI,  
BO STOISKO WIDAĆ BYŁO Z DALEKA”  
- NOWY KLIENT**

# PRODUCENT NAMIOTÓW REKLAMOWYCH

**Klasa premium namiotów reklamowych**

**Namioty Mitko to m.in.:**

- ekonomiczny Classic i wzmocniony Premium
- wodoszczelny dach i ściany
- dowolne nadruki reklamowe
- do 5 lat gwarancji na stelaż
- odporność na wiatr do 100 km/h
- montaż w 60 sekund!

[www.mitko.pl](http://www.mitko.pl) | tel. 32 444 66 16

plastikowekratownice.pl  
X-10 CROSSwire

ul. Miłosna 1  
80-176 Gdańsk

tel. +48 692 276 137  
email.kratownice@base.pl

Tak się składa, że to proste!

Projekty aranżacji i konstrukcji eventowych oraz stoisk targowych to specjalność marki plastikowekratownice.pl. Jesteśmy wyłącznym dystrybutorem w Polsce modułowego systemu kratownic X-10 CROSSwire. Został on zaprojektowany w Danii, jego przejrzysty skandynawski design sprawia, że jest nie tylko praktyczny ale też ponadczasowy.

Podstawowe elementy systemu X-10 CROSSwire to kostka i moduł kratownicy. Dzięki ich nowatorskiemu połączeniu możliwa jest realizacja niemal każdego projektu: konstrukcji nośnych pod oświetlenie, nagłośnienie czy multimedia.

Plastikowe kratownice zbudowane są z trzech materiałów: stali, aluminium i materiału kompozytowego. Ich najlepsze właściwości zapewniają modułom kratownic lekkość i wytrzymałość.

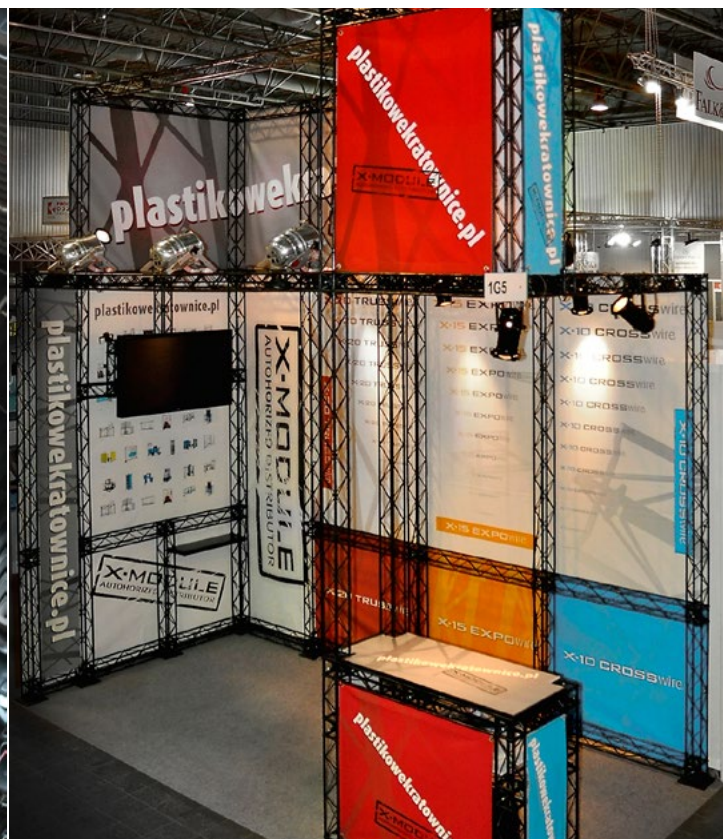
Zgodność z normami bezpieczeństwa potwierdzają certyfikaty niepalności i wytrzymałości. Odporność na promieniowanie UV i warunki atmosferyczne sprawia, że plastikowe kratownice X-10 CROSSwire mogą być wykorzystane w budynkach oraz podczas imprez plenerowych.

X-10 CROSSwire są niezastąpione wszędzie tam gdzie konstrukcje trzeba wielokrotnie modyfikować. Można na nich montować różnorodne nośniki reklamy od płyt PCV po lekkie materiały do druku sublimacyjnego. Dopracowane akcesoria montażowe ekranu lub monitora LCD ułatwiają użycie multimediów, co dodatkowo poszerza paletę dostępnych efektów wizualnych.



## PLASTIKOWE KRATOWNICE

www.plastikowekratownice.pl



Studio55.info  
Advertising Solutions

Najbardziej Spektakularne Realizacje  
Reklamy Pneumatycznej



AIR MACHINE®

Distributed by

Studio55.info



## WIELKA Flaga Pneumatyczna

Produkt Chroniony  
w Urzędzie Patentowym

Pneumatyczne-szczelne  
namioty



Dmuchane Meble  
Promocyjne



Pneumatyczne Systemy  
Wystawiennicze



Studio55 Polska / ul. Górczewska 181L lok. 205, 01-459 Warszawa  
tel: +48 22 392 92 33 / studio55@studio55.pl

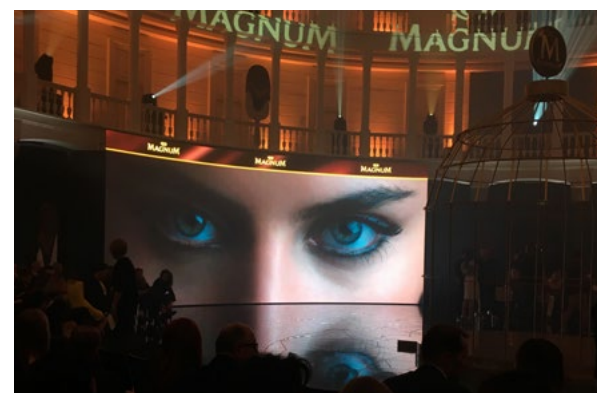


ul. Tukana 13  
02-843 Warszawa

tel. 22 298 63 91  
biuro@pro4media.pl



**PRO4MEDIA**  
[www.pro4media.pl](http://www.pro4media.pl)

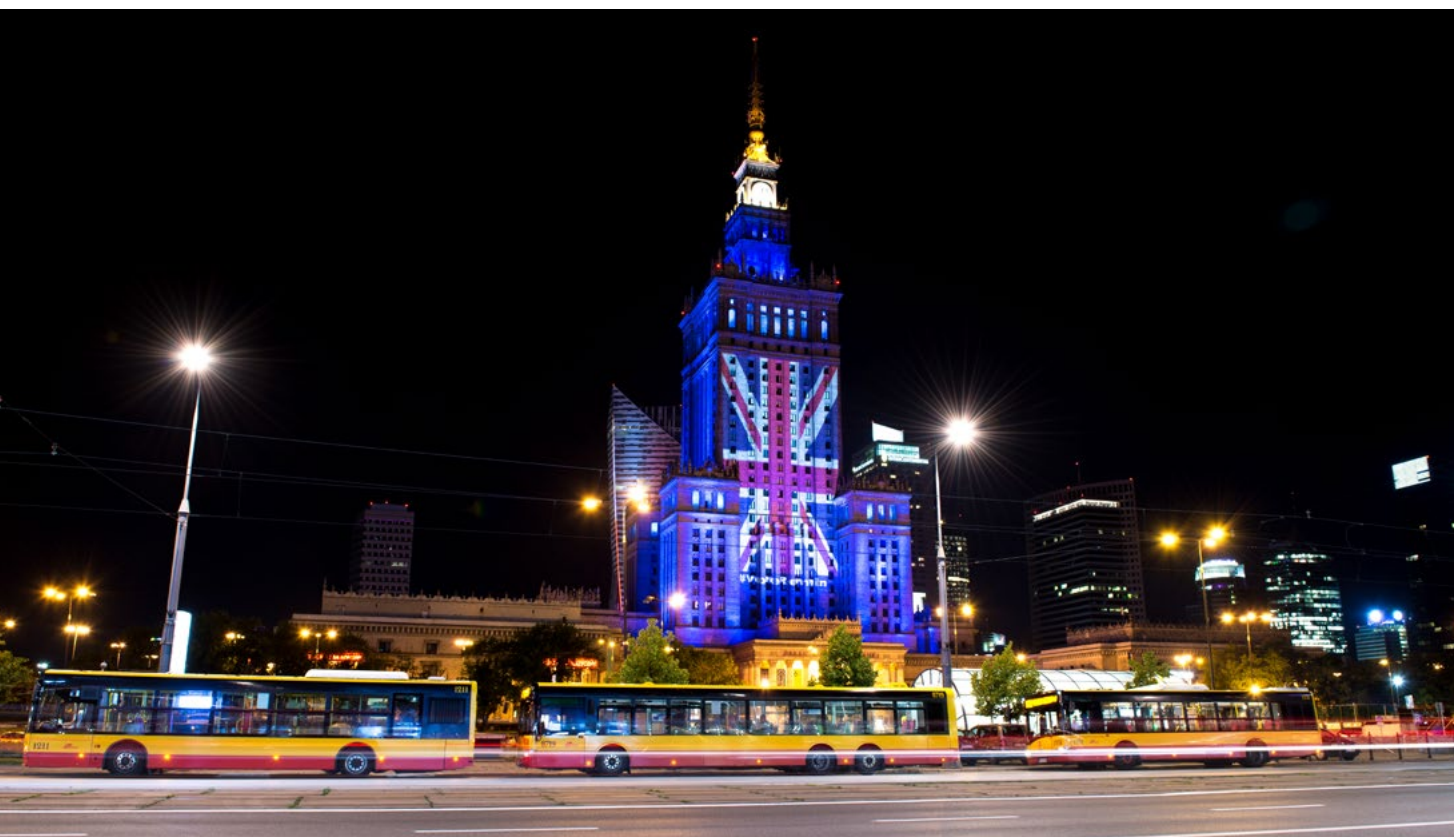


PRO4MEDIA to zespół pasjonatów wizualnej oprawy eventów. Inspirują się największymi realizacjami multimedialnymi i modelem funkcjonowania firm światowych, dzięki czemu wyznaczają trendy w branży. Zajmują się i potężnymi spektaklami dla wielotysięcznej publiczności, i obsługą mikroeventów.

Firma od samego początku postawiła na grupę profesjonalistów i najwyższej jakości sprzęt multimedialny. Co to daje organizatorom wydarzeń? Przede wszystkim spokój i bezpieczeństwo! Setki zrealizowanych eventów i tysiące godzin pracy na wydarzeniach różnej skali i rodzaju owocuje ogromnym doświadczeniem ekipy. Przekłada się to na sprawne, niezawodne działania zarówno na etapie montażu urządzeń, jak i realizacji w trakcie wydarzenia. Jeśli zaś chodzi o sprzęt - przekrój nośników daje pełen wybór dostosowania do lokalizacji i potrzeb. W magazynach firmy do dyspozycji klientów są wszystkie rodzaje profesjonalnych urządzeń służących do tworzenia i zarządzania obrazem na eventach.

Wieloletnie obserwacje branży sprawiły, że w PRO4MEDIA powstało laboratorium tworzące rozwiązania interaktywne dedykowane eventowi. Dzięki temu firma oferuje zestaw autorskich aplikacji zebranych w system WIZARD. Składa się on zarówno z gotowych rozwiązań zarządzających treściami, jak i możliwość stworzenia własnych, skrojonych na potrzeby danego eventu, aplikacji.

Nowoczesne technologie wymagają ciągłego rozwoju, a PRO4MEDIA nie wystarcza podążanie za trendami. My je kreujemy!



# PRO4MEDIA mówi:

## ludzie, know-how i najnowsze technologie

Najwyższej klasy sprzęt, autorskie rozwiązania eventowe i pełni pasji do swojej pracy technicy dają razem wyjątkową usługę multimedialną. Dodajmy do tego handlowców, którzy znają się na multimedialach jak technicy i koordynatorów, dla których nie ma rzeczy niemożliwych. Wszystko to w połączeniu tworzy PRO4MEDIA. Od 10-ciu lat i ponad 4 500 wydarzeń wspólnie z Klientami dbamy o jakość eventowego obrazu.

Jeśli i Ty o nią dbasz - znajdziesz u nas wszystko, czego potrzebujesz. Korzystaj do woli >>>





ul. Łopuszańska 36a  
02-220 Warszawa

tel. +48 665 822 122,  
571 445 385, 696 471 949  
rent@rentdesign.pl



**RENT DESIGN**  
[www.rentdesign.pl](http://www.rentdesign.pl)

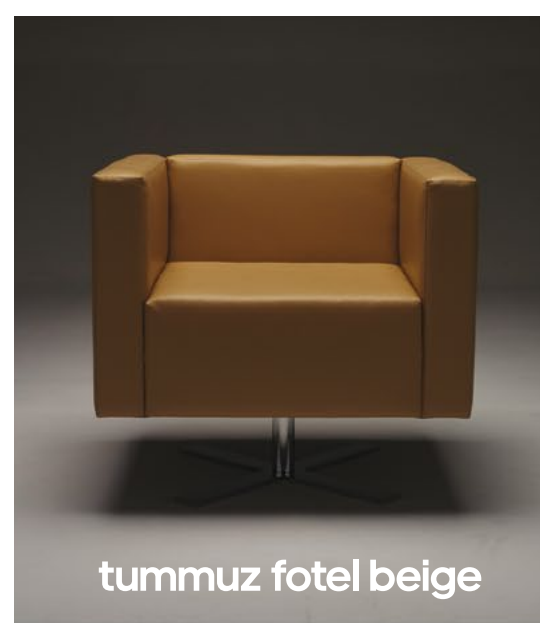
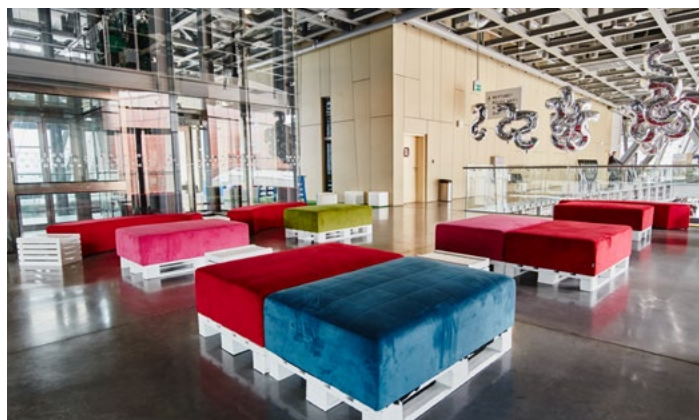
Rent Design to ponad 13 000 produktów, fachowa obsługa i własna flota samochodowa, dostępne na życzenie klientów 24h na dobę.

Jesteśmy liderem wypożyczalni mebli w Polsce. Wśród oferowanych przez nas produktów znajdują się tylko takie, które charakteryzują się wzornictwem na najwyższym, światowym poziomie. Nasze meble pojawiają się ponad 1000 razy w roku na różnego rodzaju eventach i innych, wysokiej klasy wydarzeniach.

Wśród oferowanych przez nas produktów znajduje się szereg wysokiej jakości mebli i akcesoriów dekoracyjnych. Wyjątkowo duża, w porównaniu do konkurencji, ilość dostępnych produktów pozwala nam uświetniać wydarzenia organizowane nawet dla kilku tysięcy osób.

Najwyższą jakość obsługi klienta to nasz największy wyróżnik. W codziennej pracy stawiamy na fachową obsługę zgranej i sympatycznej załogi. Dzięki potężnej flocie samochodowej zapewniamy naszym klientom transport w wybrane miejsca w Polsce i Europie, montaż i demontaż mebli oraz profesjonalne doradztwo w zakresie ustawiania i funkcjonalności wszystkich naszych produktów.

Jesteśmy członkiem Stowarzyszenia Branży Eventowej. W 2015 roku nasza usługa otrzymała rekomendację do nagrody Dobry Wzór 2015 wręczanej przez Instytut Wzornictwa Przemysłowego. W lutym 2016 roku Wojciech Zbroja, Prezes Rent Design, zdobył tytuł „Osobowość Roku 2015 MICE Poland” w kategorii Podwykonawca. Miesiąc później znalazł się również w prestiżowym rankingu magazynu BRIEF „50 najbardziej kreatywnych w biznesie”.



tummuz fotel beige



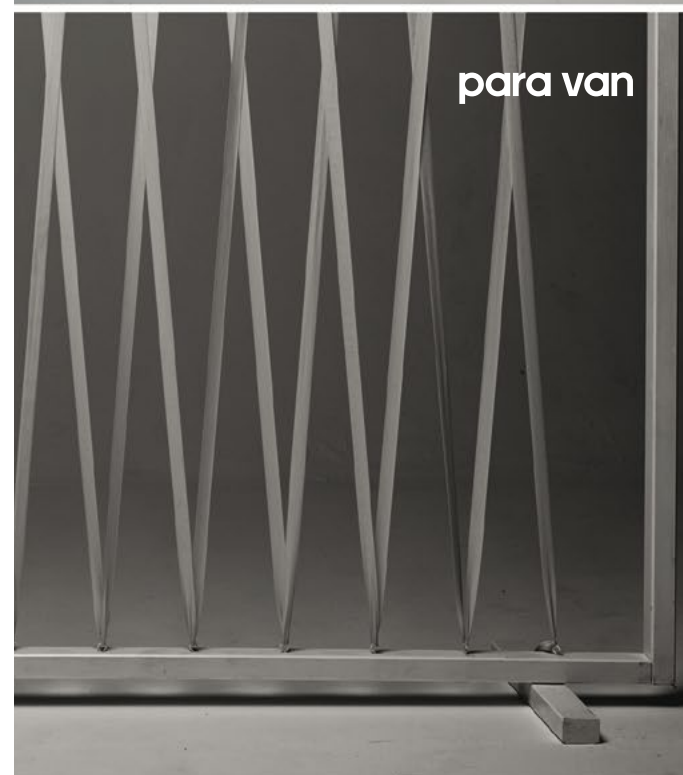
tummuz duo beige



tummuz duo white



tummuz fotel white



para van



#IDZIENOWE

POZNAJ NASZĄ  
WZBOGACONĄ OFERTĘ  
WEJDŹ NA:  
[WWW.RENTDESIGN.PL](http://WWW.RENTDESIGN.PL)  
I ZNAJDŹ COŚ DLA SIEBIE



comin 2

# TMSS

Technika Sceniczna

Siedziba: ul. Krótka 1  
87-134 Zławieś Wielka

Oddział: ul. Azaliowa 9B/10  
83-000 Pruszcz Gdański

tel. 502 029 526  
biuro@tmss.pl

Nagłośnienie, oświetlenie sceny, multimedia.

Mamy za sobą setki realizacji. Obsługiwaliśmy większość polskich gwiazd oraz wiele zagranicznych. Koncerty, konferencje, konstrukcje specjalne.

Posiadamy największy zestaw w Polsce TURBOSOUND Flex Array + TSW 218 i TMW115. System stało kontowy EAW JFL 210. Konsole Yamaha CL5 i Soundcraft Vi1.

Pracujemy na terenie całej Polski i poza granicami.

Zapraszam do współpracy.  
Tomasz Marek

www.tmss.pl



## Tomasz Marek Stage Service

www.tmss.pl



★ HAND CRAFTED ★

## SIEDZE NA PALECIE

— EKO DESIGN —

Lesznowola, ul. Kolejowa 8  
05-600 Grójec

tel.+ 48 501 38 43 38  
karolina.turska@estancia.pl

Niezapomniane chwile i pozytywne emocje tylko z Estancia Group!

Jesteśmy na rynku już ponad 16 lat. Praca, to nasze życie, ale przede wszystkim pasja.

Dla naszych Klientów wszystkie wydarzenia kreujemy i realizujemy z wielkim zaangażowaniem i entuzjazmem.

Wszystko po to, aby każdy EVENT był wyjątkowy. Każdego Klienta traktujemy indywidualnie.

Staramy się, aby każda impreza zawierała niestandardowe rozwiązania, dopasowane do konkretnej grupy odbiorców.

Realizujemy:  
konferencje, targi, kongresy, imprezy plenerowe, imprezy integracyjne, gale, wieczory tematyczne, budujemy i obsługujemy stoiska targowe, kreujemy i aranżujemy przestrzeń eventową, wypożyczamy meble, eko dekoracje i światło scenograficzne, organizujemy eko pikniki oraz przyjęcia w stylu Garden Party.

Jeśli chcesz, aby Twoje wyobrażenie o idealnym Evencie się spełniło, skontaktuj się z nami.



## POZYTYWNE I KREATYWNE

www.siedzenapalecie.pl



# TMSS

TECHNIKA SCENICZNA

TOMASZ MAREK STAGE SERVICE

MOBILE: +48 502 029 526

EMAIL: BIURO@TMSS.PL

YAMAHA

Turbosound

SHURE

Powersoft

SENNHEISER

EAW

AKG

RØDE



KONCERTY

EVENTY

NAGŁOŚNIENIE

OŚWIETLENIE

MULTIMEDIA

KONFERENCJE

RENTAL

SERWIS DORADZTWO

INSTALACJE STAŁE



Produkcja i Biura:  
ul. Ryzowa 96A, Opacz Kolonia  
05-816 Michałowice

Korespondencja:  
ul. Nakielska 4, 01-106 Warszawa

TRIANGOO JEST GRUPĄ PROFESJONALISTÓW specjalizujących się w tworzeniu scenografii eventowych, obiektów ambientowych oraz systemów wystawienniczych.

SPECJALIZUJEMY SIĘ W PROJEKTACH O WYSOKIM POZIOMIE TRUDNOŚCI zazwyczaj połączonych z presją czasu.

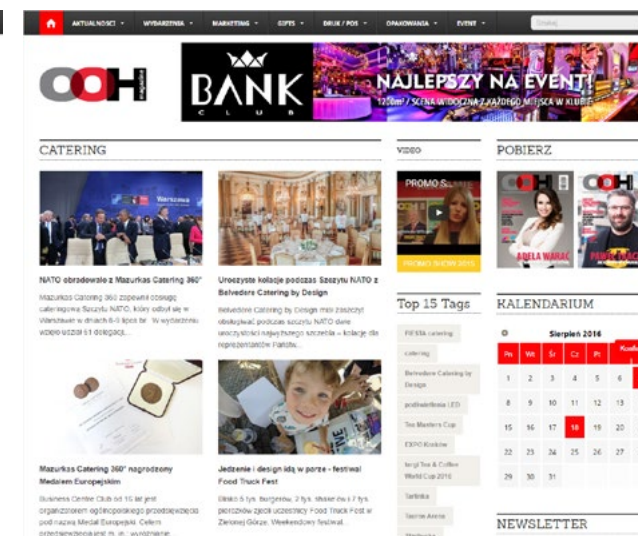
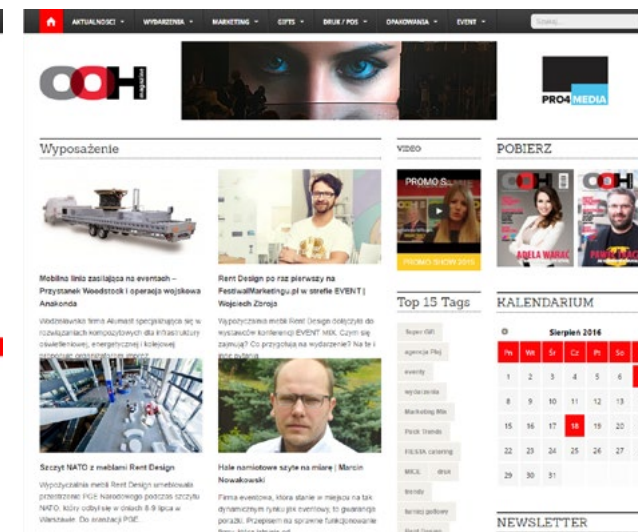
WYKONUJEMY REALIZACJE NA TERENIE CAŁEJ POLSKI ORAZ EUROPY dzięki naszym mobilnym warsztatom jesteśmy całkowicie niezależni od miejsca realizacji.

Triangoo to:  
2 hale produkcyjno – montażowe o powierzchni 1200 mkw oraz magazyn 600 mkw,

- a także:
- Pracownia Projektowa
  - Ploter CNC
  - Pracownia Stolarska
  - Ślusarnia
  - Drukarnia
  - Lakiernia



TRIANGOO  
www.triangoo.com



OBIEKTY EVENTOWE	CATERING USŁUGI GASTRONOMICZNE	WYPOSAŻENIE EVENTOWE TECHNIKA SCENICZNA	GADŻETY NA EVENT	AGENCJE EVENT	ATRAKCJE NA EVENT
---------------------	--------------------------------------	--	---------------------	------------------	----------------------



Zdjęcie: Exclusive Event

## EFEKT „WOW” W EVENTACH, CZYLI 5 RAZY „N”

Amerykane mawiają, że nie można zrobić dwa razy pierwszego wrażenia. Trudno się z tym nie zgodzić, a my - organizatorzy eventów – powinniśmy to zdanie wyrycić złotymi zgłoskami nad drzwiami naszych biur - mówi Adriana Piekarska, właścicielka agencji Exclusive Event. Wyobraźmy sobie bezcenne miny gości eventu, którzy niczego się nie spodziewając wchodzą do autokarów oczekujących przed hotelem. Po malowniczej podróży w nieznaną trafiają do wiekowego młyna albo nieczynnej walcowni cynku, które nawet odrobinę nie przypominają ani restauracji, ani centrum konferencyjnego, ale dzięki dedykowanej oprawie i logistyce zapewniają wszelkie luksusy i udogodnienia przeistaczając się w niezwykłą przestrzeń przygotowaną specjalnie na ich przybycie. „WOW” gwarantowane jeszcze zanim zasiądą do stołów, a nawet zanim zobaczą scenografię. . .

### Po pierwsze – nietypowa lokalizacja

Pierwszy element układanki to nietypowa lokalizacja. Im bardziej wyszukana, wyjątkowa, a najlepiej „jeszcze nieodkryta” przestrzeń, tym większy efekt „WOW”. Idealnie, gdy są to powierzchnie opuszczone i nieużytkowe. To niezwykle zwielokrotnia efekt zaskoczenia.

Kilka lat temu podjęłam ryzyko organizacji eventu na polskiej Saharze – w samym sercu Pustyni Siedleckiej. Pomysł wydawał się być co najmniej ryzykowny, żeby nie powiedzieć nierealny, a jednak okazał się strzałem w dziesiątkę i pozostał na długo w pamięci nie tylko gości, ale i samej branży eventowej oraz mediów. Jako agencja udowodniliśmy tym samym, że nie ma rzeczy niemożliwych.

Takie przedsięwzięcia, o ile dobrze zorganizowane pod kątem logistycznym, zachwycają każdego uczestnika eventu oraz sprawiają, że poczuje się on niezwykle wyjątkowo mając świadomość, iż został zaproszony na event zaprojektowany

i stworzony specjalnie tylko na tę jedną i jedyłą uroczystość. Trzeba jednak pamiętać, iż niesłychaną rolę odgrywa tutaj doświadczenie agencji, niezawodna logistyka oraz stuprocentowa organizacja pracy.

### Po drugie – niebanalna scenografia

Współczesna technologia pozwala na wszelkie szaleństwa i realizację nawet najbardziej egzotycznych projektów. Dzięki nowoczesnym rozwiązaniom multimedialnym jesteśmy w stanie przenieść gości do każdego zakątka świata, w przestworza, a nawet w kosmos. Ogromną rolę odgrywają tutaj wizualizacje i animacje, które przygotowane specjalnie na potrzeby danego projektu, wprowadzają gości w niezwykle barwny i niezapomniany świat będący odzwierciedleniem wartości firmy, marki czy produktu klienta. Jednym z takich projektów była produkcja Secret Club, gdzie montaż trwał 3 dni i angażowały ponad 120 osób tylko po to, by zmienić wnętrze Galerii Sztuki w zu-

pełnie nowe, niepowtarzalne i nie do poznania miejsce. Istotnym elementem scenografii, rodem z telewizyjnych show, był dwudziestometrowy ekran, na którym wyświetlane były animacje i wizualizacje przygotowane specjalnie na potrzeby pokazu mody, który w połączeniu z koncertem Margaret stanowił punkt kulminacyjny wieczoru.

### Po trzecie – niezapomniane emocje

Zgodnie ze złotą zasadą Alfreda Hitchcocka imprezę należy zacząć od trzęsienia ziemi, a potem napięcie powinno rosnąć.

Klienci wciąż szukają nowych propozycji i pomysłów, które przeniosą ich gości w zupełnie inną rzeczywistość – wyjątkową i dotychczas nieodkrytą. Zaskakującą. Dobrze przemyślany i niezapomniany event może działać więcej w biznesie niż długie godziny negocjacji. Niebanalna kreacja ma za zadanie wywołać u gości efekt WOW i zadowolić najbardziej wymagające gusta. Sam koncert gwiazdy, czy też występ kabaretowy już nie wystarczy. Liczy się pomysł, element zaskoczenia i wywołanie prawdziwych emocji. Przykłady możemy mnożyć – czy to elektryzujący pokaz laserowy połączony z animacjami wyświetlanymi na kopułach Alvernia Studios, czy to ukryte między gośćmi skrzypaczki, które w odpowiednim momencie rozpoczynają wydarzenie przegrywając do pokazu akrobatycznego albo też show muzyczne, gdzie z różnych miejsc przestrzeni scenicznej, w rytm specjalnie przygotowanych animacji wkracza sześciu utalentowanych muzyków, którzy witają zebranych gości rockowym i elektryzującym rytmem – jak to miało miejsce podczas Gali Immergas w EC1 w Łodzi.



Zgodnie ze złotą zasadą Alfreda Hitchcocka imprezę należy zacząć od trzęsienia ziemi, a potem napięcie powinno rosnąć. Klienci wciąż szukają nowych propozycji i pomysłów, które przeniosą ich gości w zupełnie inną rzeczywistość – wyjątkową i dotychczas nieodkrytą. Zaskakującą. Dobrze przemyślany i niezapomniany event może działać więcej w biznesie niż długie godziny negocjacji.



### Po czwarte – niekonwencjonalne menu

Kto powiedział, że zawsze musimy jeść połówki z opiekany mi ziemniaczkami? Kto powiedział, że płonący dzik musi być największą atrakcją wieczoru? W Polsce mamy znakomitych szefów kuchni, którzy z powodzeniem mogliby nosić miano czarodziejów. Kuchnia balansuje dziś na pograniczu alchemii i czarnej magii. Nie bójmy się eksperymentować i oczarowywać naszych gości. Kuchnia molekularna. Kuchnia Fusion z wykorzystaniem dobrodziejstw polskiej natury. Dania sous-vide. Są setki sposobów, żeby dotrzeć do serc naszych gości przez ich żołądki, ale też przez oczy, bo one jedzą jako pierwsze. Należy pamiętać, że catering nie powinien być traktowany jako jedna z wielu pozycji kosztorysu, ale winien być atrakcją samą w sobie.



Zdjęcia: Exclusive Event

## EFEKT „WOW” W EVENTACH, CZYLI 5 RAZY „N”

### Po piąte – niestandardowe rozwiązania technologiczne

Kolejnym dowodem na to, że branża eventowa w Polsce jest w bardzo obiecującej kondycji, jest dostęp do coraz to ciekawszych i coraz bardziej nowoczesnych rozwiązań technologicznych. XXI wiek przyniósł możliwości, o jakich się nam nie śniło. Rozszerzona rzeczywistość i multimedialna scenografia mogą przenieść widza w niezwykle świat, wykreowany przez nas specjalnie na tę okoliczność. To pozwala na jeszcze większe zaskakiwanie odbiorcy. Dużą popularnością cieszą się wydarzenia hybrydowe, zaawansowane platformy do zamawiania poszczególnych usług eventowych, aplikacje umożliwiające budowanie relacji z uczestnikami wydarzenia na każdym etapie komunikacji, jak również nowinki technologiczne, mające na celu uatrakcyjnienie eventu, (m.in. beacons, atrakcje typu Oculus czy piramidy holograficzne). Wyzwania stojące przed organizatorem nie należą do najłatwiejszych. Musi zaangażować gości, pobudzić ich wyobraźnię, wzbudzić emocje i zainteresowanie. Słowem – zaproponować rozrywkę na odpowiednim poziomie, skutecznie komunikować i umiejętnie łączyć te wszystkie elementy w jedną, spójną całość. Doskonałym przykładem może być tutaj prezentacja budynku KTW, która miała miejsce podczas Europejskiego Kongresu Gospodarczego. Na potrzeby prezentacji inwestycji została stworzona specjalna interaktywna makietka wyposażona w markery AR, przedstawiająca wizualizację budynku 3D w rozszerzonej rzeczywistości wyświetlanej na ekranie tabletu. Po skierowaniu jego kamery na makietę na ekranie pojawiała się prawdziwe miasto - z przechodniami, kolorem, drzewami. Był to na pewno nieschematyczny sposób przedstawienia projektu. Inny niż te, do których przywykliśmy.

**Kolejnym dowodem na to, że branża eventowa w Polsce jest w bardzo obiecującej kondycji, jest dostęp do coraz to ciekawszych i coraz bardziej nowoczesnych rozwiązań technologicznych. XXI wiek przyniósł możliwości, o jakich się nam nie śniło. Rozszerzona rzeczywistość i multimedialna scenografia mogą przenieść widza w niezwykle świat, wykreowany przez nas specjalnie na tę okoliczność. To pozwala na jeszcze większe zaskakiwanie odbiorcy.**

### PODSUMOWANIE:

Pokutuje przekonanie, że o sukcesie eventu decyduje budżet - im wyższy, tym pole do rozwijania kreatywności większe. Organizując od 10 lat eventy o różnych budżetach mogę zdecydowanie stwierdzić, że budżet to nie wszystko. Owszem - mały budżet imprezy wymaga od agencji dużo więcej pracy, kreatywności oraz kompromisów, co wcale nie znaczy, że eventy niskobudżetowe są gorsze. Odpowiednie zbudowanie contentu eventu dopasowanego do potrzeb klienta, z uwzględnieniem powyższych czynników, gwarantuje sukces i efekt WOW na oczekiwanym poziomie.

Adriana Piekarska | [www.exclusive-event.pl](http://www.exclusive-event.pl)



Zdjęcia: Exclusive Event

odzież reklamowa  
smycz pen-drive  
portfele kosze upominkowe  
alkohole długopisy  
słodczyce reklamowe  
ceramika kubki  
torby breloki kalendarze  
pióra power bank

Najlepsze gadzety na event !

giftsonline.pl

Szukaj. Wyceniaj. Zamawiaj online



## MOŻLIWOŚCI KOŃCZĄ SIĘ TAM, GDZIE KOŃCZY SIĘ WYOBRAŹNIA

Wrz z ilością wydarzeń na rynku rośnie apetyt na spektakularne atrakcje dla gości. Efekt WOW jest tym, czego uczestnicy pragną najbardziej. Z pewnością do takich właśnie możemy zaliczyć pokazy akrobatyczne. O akrobatycznym punkcie widzenia, kontaktach z ludźmi i mediami, występach za granicą oraz o tym, co wspólnego mają pokazy akrobatyczne i eventy opowiada Anna Filipowska, akrobatka związana z branżą eventową od 2009 roku, zajmująca się pokazami w kielichu.

➤ **Jest Pani zdolną i utalentowaną artystką teraz już znaną w całej Polsce. Jak się zaczęła przygoda z pokazami i skąd pomysł na występy w kielichu, które są Pani znakiem rozpoznawczym?**

Anna Filipowska: Moja przygoda z show w kielichu rozpoczęła się bardzo naturalnie. Swoje umiejętności kształciłam od dziecka. Jeszcze jako zawodniczka sportowa miałam przyjemność stawiać pierwsze kroki w świecie artystyczno-eventowym. Moje doświadczenie sportowe ubrane w artystyczny wyraz cieszyło się dużym powodzeniem. To był dla mnie sygnał, by po skończeniu kariery sportowej przygotować coś, co zaskoczy wszystkich. Wtedy pojawił się pomysł na pokaz akrobacji w kielichu. W Polsce nie ma wielu osób, które zajmują się tego typu show, dlatego atrakcja od razu się sprawdziła. Akrobacje tego typu nie wymagają wielkiej przestrzeni, dlatego na każdym evencie można wykonać pokaz.

➤ **Czym zajmuje się Pani oprócz akrobatyki? Jak wygląda przeciętny dzień artystki? Czy to tylko treningi czy również praca z klientem?**

Mój dzień zaczyna się od treningu, potem przygotowanie zbilansowanych posiłków na cały dzień. Dieta jest bardzo ważna w życiu artystów oraz sportowców. Kilka kolejnych godzin to czas na pracę przy komputerze. Kreowanie nowych projektów, przygotowanie odpowiednich kostiumów, muzyki, rekwizytów. Ponadto odpisywanie na maile, zapytania, dbanie o wizerunek firmy. Moją rolą jest również sprzedaż. Wieczorem znów czas na trening własny oraz moich podopiecznych. Pod moimi skrzydłami jest kilka uzdolnionych akrobatek, które stawiają pierwsze kroki w świecie artystycznym. Moim zadaniem jest przygotowanie nie tylko od strony artystycznej, ale również życiowej. Praca artysty wiąże się z ciągłymi wyjazdami. Zaplanowane dni w domu przebiegające zgodnie z harmonogramem to luksus. Podczas wyjazdów dzień dosto-

sowany jest do danego projektu, który zawsze realizuję z najwyższą starannością.

➤ **Akrobacje to zajęcie o dużym ryzyku i dość kontuzjogenne. Jak artyści sobie z tym radzą? Czy przeszła Pani jakieś poważniejsze kontuzje?**

Na szczęście kontuzje nie zdarzają mi się zbyt często. Miałam kilka drobnych urazów, które nie przysporzyły mi wielu problemów. Obowiązkiem każdego artysty jest wsłuchiwanie się w swój organizm i reagowanie na sygnały, kiedy mówi dość. Nie jest to trudne do rozpoznania, nasze ciało wszystko nam powie. Jednak często ludzie mają zbyt wysokie ambicje i zdrowie nie jest dla nich priorytetem. Jest to najczęściej popełniany przez artystów błąd. Mądry trening to dyscyplina, systematyczność i odpowiednia technika. Nie należy o tym zapominać podczas codziennych ćwiczeń. Gdy te zasady są utrzymane prawdopodobieństwo kontuzji jest minimalne.

Choć pamiętajmy, że przy pracy ciałem nigdy nie można ich wyeliminować.

➤ **Nie mogę nie zadać tego pytania. Czy program Mam talent i wszelkie kontakty z telewizją pomogły w promocji show? Jakie są Pani doświadczenia z mediami?**

Wystąpienie w programie było czymś innym, ale postanowiłam spróbować swoich sił. Jak widać, było warto. Kontakt z mediami otworzył mi drogę do świata eventów. Po programie wiele osób dowiedziało się o tańcu w kielichu. Organizatorzy zaczęli dzwonić z propozycjami wystąpienia podczas wydarzeń, co bardzo mnie cieszy. Inaczej jest za granicą. O karierę międzynarodową trzeba było zapracować tylko i wyłącznie doświadczeniem oraz umiejętnościami. W końcu to główny argument mojego profesjonalizmu. Media traktują jako przyjemny dodatek.

➤ **Proszę opowiedzieć o swojej największej przygodzie związanej z pokazami, najlepiej podczas jakiegoś eventu. Czy często zdarzają się zaskakujące, nieplanowane sytuacje podczas występów na żywo?**

Każda realizacja to wielka przygoda. Zawsze poznajemy ciekawych ludzi i to jest największa wartość, gdyż potem razem tworzymy coś niepowtarzalnego. Ciężko wybrać jedną wyjątkową historię, zbyt wiele ich było. Ale jak kiedyś usłyszałam od kogoś mądrego - eventy to praca na żywym organizmie. Zgadza się z tym w 100%, tu mamy wiele wspólnego. Podczas pokazów też wszystko odbywa się na żywo. I choć możemy sobie zaplanować w głowie najlepsze scenariusze, to mały szczegół potrafi zepsuć całą koncepcję. Tak samo jest podczas eventów. Dlatego w obydwu tych branżach nie można się poddawać i nie załamywać porażkami, które są wpisane w każdą działalność.

➤ **Dużo Pani podróżuje? Czy miała Pani okazję zaprezentować swój niezwykle talent również za granicą?**

Miałam przyjemność występować w wielu miejscach na całym świecie. To ogromny plus tego zawodu. Jestem bardzo zadowolona i wdzięczna za to, że mogę zwiedzać najdalsze zakątki świata. W profesji artysty nie liczy się nic poza umiejętnością. Dlatego artysta z Polski może występować podczas otwarcia stadionu w Brazylii, a brazylijska tancerka prezentuje sambę podczas dwudziestolecia firmy w Polsce. Moje podróże po świecie odbywają się sukcesywnie od lat. Cieszy mnie też, że poznaję artystów z różnych zakątków i mogę wymienić się doświadczeniami. Miałam przyjemność brać udział w show akroba-

tycznym na statku, który opływa świat. Występowałam również w przedstawieniu akrobatycznym Chimelong w Chinach. Jest to niesamowite doświadczenie i przygoda, której nie zapomnę do końca życia.

➤ **Może się Pani pochwalić jakimś wyjątkowym wydarzeniem, na którym miała okazję występować?**

Bardzo cenię sobie występy w Polsce, moim rodzinnym kraju, ale największe wrażenie zawsze robi na nas to, co nieznanne. Na pewno takim wydarzeniem, które zaskoczyło mnie była ceremonia otwarcia Pucharu Świata w piłce nożnej halowej w Kuwejcie. Wszystko dopięte na ostatni guzik, ogrom pracy włożony w przygotowanie tak spektakularnego wydarzenia oraz logistyka ogromnej ilości organizatorów pokazały profesjonalizm na najwyższym poziomie. Innym wydarzeniem, które zapamiętałam był Festiwal Sztuki Scenicznej w Korei. To wydarzenie zaliczam do najbardziej ekscytujących pod kątem pracy z profesjonalnymi choreografami oraz artystami z całego świata.

➤ **Co będzie za kilka lat z Pani karierą? Jak wiemy artyści nie występują na scenie wiecznie. Jakie są Pani plany na przyszłość?**

Oczywiście zdaję sobie z tego sprawę, dlatego poza moimi show rozpoczęłam również edukację młodych talentów. Wiem jak ważne jest, by wcześniej zacząć. Potem pojawia się coraz więcej ograniczeń. Dlatego bardzo dbam o rozwój swojej grupy akrobatycznej SK Talent. Uczę akrobatki światowej klasy stawiać pierw-

sze kroki w świecie artystyczno-eventowym. Zależy mi na realizacji projektów grupowych, by łączyć różne umiejętności podopiecznych. Pracujemy nad nowymi innowacyjnymi pomysłami. Łączymy umiejętności sportowe z efektami świata, wody, ognia, wiatru, cieni, co daje odbiorcy wyjątkowe wrażenia. Przygotowujemy specjalne spektakle nawiązujący do tematu widowiska, czy eventu tak, by nasza oferta była spersonalizowana. Możliwości akrobacji kończą się tam, gdzie kończy się nasza wyobraźnia, a ta jak na razie ma się bardzo dobrze.

Rozmawiała Paulina Pięta

ANNA FILIPOWSKA - artystka sceniczna, założycielka grupy SK Talent, dyrektor artystyczny oraz trener akrobatyki sportowej. W branży eventowej istnieje od 2009 roku. Jest członkiem światowej klasy projektów artystyczno-akrobatycznych. Jej autorskie programy podziwiać można było między innymi w Niemczech, Holandii, Szwajcarii, Francji, Włoszech, Czechach, Słowacji, Izraelu, Korei oraz Chinach. Doświadczenie i wiedzę wykorzystuje podczas kreowania nowej magicznej rzeczywistości w świecie akrobatyki, sztuki i eventu. Zdobywczyni trzeciego miejsca piątej edycji Programu Mam Talent. Wielokrotna mistrzyni Polski w akrobacie apertowej w latach 2005-2009. Finalistka Mistrzostw Świata i Europy tej dyscypliny. Magister wychowania fizycznego.





ul. Kuźnicka 22  
43-190 Mikołów

tel. 791 16 02 87  
filipowska.ania@gmail.com

Anna Filipowska - pokazy artystyczne

Jesteśmy grupą artystów oddanych sztuce.

Pokazy, które oferujemy to akrobatyka na mistrzowskim poziomie, taniec oraz gra aktorska. W połączeniu z unikatowymi rekwizytami tworzą oryginalne i nietuzinkowe scenariusze.

Dbamy o każdy szczegół widowiska. Nasze kostiumy, make up oraz muzyka zawsze starannie dobrane są do tematu eventu.

Naszym największym sukcesem jest fakt, iż podczas pokazów uwalniamy emocje.

Celem jest wprowadzenie w zachwyty nawet najbardziej wymagających widzów aby Państwa event zapadł w Pamięci uczestników na długi czas.

Tworzymy pokazy akrobatyczno-cyrkowe, widowiska, spektakle, które są atrakcją każdego rodzaju eventu, gali, bankietu, imprezy okolicznościowej czy pikniku.

Jesteśmy kreatywni, tworzymy z pasją dlatego każda nasza realizacja jest wyjątkowa, indywidualnie dopasowana do rodzaju i tematu eventu. Poprzez zachwyty zamieniamy rzeczywistość w świat magii.

Polska publiczność doceniła naszą sztukę. Pokazy, które prezentowaliśmy zajęły wysokie 3 miejsce w finale Programu Mam Talent.

Długoletnie doświadczenie sceniczne, występy na całym świecie, kreowanie niebanalnych pokazów oraz atrakcji pozwala nam nazwać się wiodącą grupą akrobatyczną w Polsce.

Wrażenia i emocje, które oferujemy to najlepsza inwestycja w pracowników i firmę.



## AKROBATYCZNE SHOW ANNA FILIPOWSKA

[www.annafilipowska.com](http://www.annafilipowska.com)



## EVENT-BIZNES

KONFERENCJA SKUTECZNEGO EVENTU

### SPOTKAJMY SIĘ W WARSZAWIE

### III edycja konferencji skutecznego biznesu Event Biznes

Event jako jedno z najskuteczniejszych narzędzi marketingowych, pozwala dotrzeć bezpośrednio do grup docelowych realizowanych projektów i z powodzeniem osiągać założone cele biznesowe. Już 18 października 2016 w EXPO XXI Warszawa swoje drzwi dla wszystkich zainteresowanych otworzy świat branży przemysłu spotkań. Przyjdź i poznaj nowoczesne formy promocji, metody budowania marki w świadomości klientów oraz możliwości sprzedażowe i wizerunkowe płynące z wykorzystania event marketingu.

Event jako narzędzie biznesowe powinno znaleźć swoje stałe miejsce w każdej planowanej strategii marketingowej. Przemysł wydarzeń to młoda branża nie tylko w Polsce ale i na świecie. Konferencja skutecznego eventu ma za zadanie przybliżenie tego zjawiska. Łączy ona w sobie dwa główne elementy – praktykę i inspirację. Adresowana jest do twórców branży czyli kadry menedżerskiej reprezentującej działy marketingu, HR i zakupów, przedstawiciele zarządów ale i wszystkich tych którzy chcą stać się jej częścią.

#### KONFERENCJA EVENT BIZNES TO:

- ❖ Wyjątkowi prelegenci
- ❖ Cały dzień inspirujących wykładów
- ❖ Miejsce wymiany biznesowych kontaktów
- ❖ Świat event marketingu w jednym miejscu

**KIEDY:** 18 października 2016  
**GDZIE:** EXPO XXI Warszawa  
**BILETY:** [www.eventbiznes.pl](http://www.eventbiznes.pl)

Więcej informacji: [www.eventbiznes.pl](http://www.eventbiznes.pl)  
Organizator: Stowarzyszenie Branży Eventowej

#### PARTNERZY:





ul. Ignacego Daszyńskiego 117/12  
08-110 Siedlce

tel. 608 273 595  
sylwesterkomar@gmail.com

Agencja muzyczna "Bzyk-Band" specjalizuje się w oprawie artystycznej wszelkiego rodzaju imprez okolicznościowych, takich jak: imprezy firmowe, przyjęcia weselne, bale studniówkowe, bale sylwestrowe, bankiety itp.

Muzyczne wykształcenie i doświadczenie osób tworzących "BZZYK-BAND" oraz fakt, iż skupiamy w swoich szeregach m.in. laureatów popularnych programów X-FACTOR oraz SZANSA NA SUKCES gwarantuje najwyższą jakość usług podczas przyjęcia.

Zespół muzyczny "Bzyk-Band" jest laureatem I miejsca Targów Ślubnych, które odbyły się w Pałacu Kultury i Nauki. Wyczyn ten powtórzył podczas Międzynarodowych Targów Ślubnych na warszawskim Torwarze potwierdzając tym samym swoją klasę.

Podstawowy skład zespołu obejmuje 4 osoby: instrumenty klawiszowe, wokalistka, wokalista-konferansjer/wodzirej, saksofon. Bardzo często gramy również z perkusją, która jest pierwszym instrumentem o jaki najchętniej rozszerzamy nasz skład. Po za tym na życzenie Klienta dobierzemy każdy instrument. Zespół gra bardzo szeroki repertuar i dostosowuje go do potrzeb Klienta od jazzu, przez rock, pop, disco po biesiadę. Zespół gra na terenie całego kraju od Bałtyku aż do Tatr jak również, musimy się pochwalić, a jakże, koncertował ostatnio na ekskluzywnym przyjęciu weselnym na Lazurowym Wybrzeżu.



**BZZYK-BAND**  
[www.bzyk-band.pl](http://www.bzyk-band.pl)



Agencja muzyczna "Bzyk-Band" specjalizuje się w oprawie artystycznej wszelkiego rodzaju imprez okolicznościowych, takich jak: imprezy firmowe, przyjęcia weselne, bale studniówkowe, bale sylwestrowe, bankiety itp.



Muzyczne wykształcenie i doświadczenie osób tworzących "BZZYK-BAND" oraz fakt, iż skupiamy w swoich szeregach m.in. laureatów popularnych programów X-FACTOR oraz SZANSA NA SUKCES gwarantuje najwyższą jakość usług podczas przyjęcia



[www.bzyk-band.pl](http://www.bzyk-band.pl)

Sylwester Komar - manager

tel. 608 273 595





ul. Osiedle 2  
46-060 Prószków

tel. +48 77 441 30 80  
office@everest-climbing.com

Pojawiła się stosunkowo niedawno, ale dziś trudno już wyobrazić sobie event bez jej udziału. Ruchoma ścianka wspinaczkowa „EVEREST” gwarantuje świetną zabawę całym rodzinom. Jest także niecodzienną atrakcją na wszelkiego typu eventach i imprezach szkoleniowych czy integracyjnych.

Ścianka „EVEREST” pozwoliła przenieść wspinaczkę z wysokich hal sportowych do dowolnych miejsc. Do korzystania z niej nie potrzeba żadnych dodatkowych zabezpieczeń. Cała wspinaczka odbywa się na wysokości kilkudziesięciu centymetrów nad ziemią, a pod wspinającym znajduje się miękki materac. Mogą z niej korzystać zarówno dzieci jak i dorośli.

Współpracujemy z wieloma agencjami związanymi z branżą rozrywkową, artystyczną, turystyczną i sportową. Oferujemy zarówno sprzedaż, wynajem, jak również leasing ścianki wspinaczkowej. W razie potrzeby zapewniamy także personel do obsługi urządzenia.

Jeśli poszukujecie Państwo nowych pomysłów na event, na stworzenie swoim klientom niezapomnianej atmosfery, prosimy o kontakt i służymy pomocą.



**EVEREST CLIMBING Sp. z o.o.**  
[www.climbing-everest.com](http://www.climbing-everest.com)



**NO CLIMBING NO FUN**

Dzięki „EVEREST” wspinacę może się każdy, wszędzie i absolutnie bezpiecznie!

eventy dla dzieci

..... dla dorosłych



konkursy i zawody



ul. Wałbrzyska 14/16  
02-767 Warszawa

tel. 666 666 979, 22 535 35 77  
info@faza.be

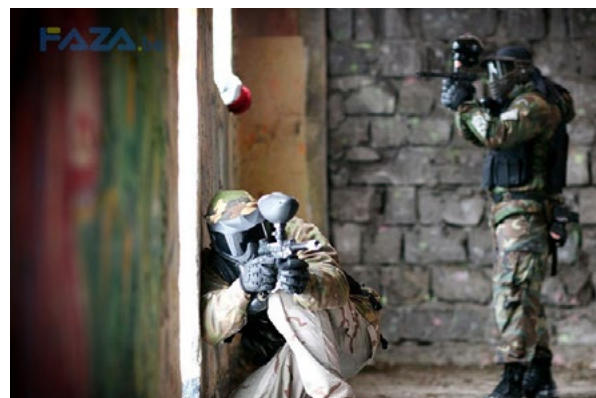
Firma FAZA jest odpowiedzią na ciągle rosnące zainteresowanie tematyką szeroko rozumianego team buildingu. Wychodzimy naprzeciw pracowniczej integracji, zwiększenia motywacji i poprawy relacji panujących w firmie, co w połączeniu ze świetną zabawą, daje gwarancję realizacji tych celów.

Od początku prowadzenia naszej działalności, szczególny nacisk kładziemy na jakość oferowanych usług oraz stałe rozszerzanie katalogu dostępnych atrakcji. PR zaczyna się w domu, dla tego warto zadbać o potrzeby swoich pracowników i zainwestować w poprawę ich umiejętności komunikacyjnych oraz jakość wzajemnych relacji. Nasza praca to nasza pasja, dlatego nie boimy się odważnych, nowych rozwiązań.

Dla nas nie ma rzeczy niemożliwych, bo wyznajemy zasadę, że ograniczenia istnieją tylko w ludzkich umysłach.

Naszym celem jest wyjść z Misją Integracji poza sale szkoleniowe.

FAZA – spełniamy marzenia ...



**FAZA Sp. z o.o.**  
[www.faza.be](http://www.faza.be)



paragliding

kitesurfing

paintball

**Nothing is impossible for us**

<http://faza.be/>



ul. Szachowa 1  
04-894 Warszawa

tel. +48 509 601 911  
info@imprero.com

UNIKALNE, MULTIMEDIALNE ATRAKCJE EVENTOWE

Event bez atrakcji jest jak smok bez muszki: niby wszystko w porządku, ale czegoś brakuje. Profesjonalnie wypełniamy tę potrzebę oferując szeroki zestaw unikalnych multimedialnych atrakcji, których celem jest wywołanie oczekiwanych emocji i reakcji gości: śmiechu, ciekawości, zaangażowania, integracji.

Niezależnie, czy organizujesz imprezę firmową, promocyjną, targową, plenerową, czy jakąkolwiek inną, Imprero może dostarczyć wisienkę na torcie, a nawet gwóźdź programu. Wśród tych atrakcji są takie ciekawostki, jak cyfrowa ściana graffiti, muzyczna wideobudka, rzeczywistość rozszerzona, fotobudka graficzna, lustro-fotobudka, wirtualna przymierzalnia.

Te i wiele innych naszych atrakcji można zintegrować ze scenariuszem wydarzenia na wiele sposobów, wykorzystując dodatkowo np. social media, mapping, czy konkursy, a zwłaszcza naszą wspólną kreatywność.



fotobudka  
zdjęcia  
wideo  
slow-motion  
karaoke

**IMPRERO**  
[www.imprero.com](http://www.imprero.com)



wideo w zdjęciu



fotobudka lustro



wirtualna przymierzalnia

fotobudka z rzeczywistością rozszerzoną



cyfrowa ściana graffiti



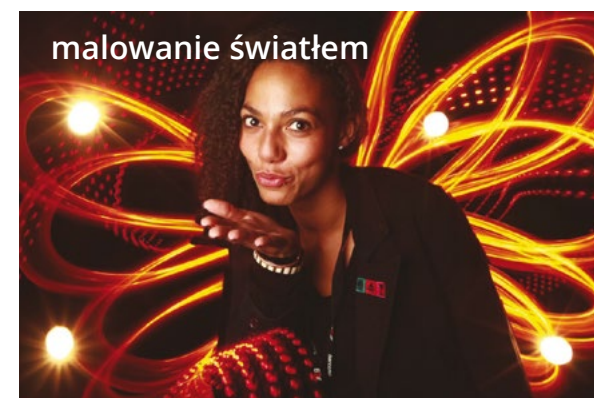
cyfrowa ściana graffiti + mapping



fotobudka graficzna



wideobudka muzyczna - teledysk



malowanie światłem



wideobudka muzyczna



## JAK WYBRAĆ SZKOLENIE BRANŻOWE? JAKOŚĆ EDUKACJI NA RYNKU EVENTOWYM

Rynek eventowy jest dość specyficzny pod względem edukacji. Podnoszenie kompetencji powinno zacząć się od szkoleń. Na rynku eventowym nie mamy jednak wielkiego wyboru, w porównaniu z innymi branżami. Jak dobrać odpowiednie szkolenie? Po czym rozpoznać, że jest wysokiej jakości? Czego powinni uczyć trenerzy? O szczegółach opowiada Nina Żukowska, dyrektor zarządzająca Świat Eventów.

### ➤ Jaka jest jakość edukacji eventowej obecnie? Jak było kiedyś? Poszliśmy do przodu?

Nina Żukowska: Pamiętam, kiedy w 2011 roku zaczynałam prowadzić szkolenia. Ówczesny rynek edukacji w tym zakresie był bardzo ubogi. Na przestrzeni tych 5 lat branża eventowa niesamowicie poszła w górę, zarówno pod kątem jakości realizacji, jak i standardów pracy czy obsługi klienta. Oferta edukacji również się rozwinęła. Mamy dedykowane kierunki studiów podyplomowych, wzrosła ilość publikacji branżowych i firm oferujących usługi szkoleniowe. Częściej na szkolenia przychodzą osoby bardzo doświadczone, które potrzebują świeżej energii, motywacji, czasem wyjścia z rutyny.

### ➤ Potrafisz na pierwszy rzut oka rozpoznać ofertę szkoleń, która nie spełni oczekiwań uczestników?

Jako trener, ale również uczestnik, przede wszystkim zwracam uwagę na zawartość programu. Jeżeli widzę przeładowanie, wiem, że będzie to tylko wprowadzenie w tematykę, a nie kształcenie konkretnych umiejętności. Musimy zdawać sobie sprawę, że 1 dzień szkolenia po odliczeniu czasu na przerwy to tylko 6 godzin. Szalenie istotny jest również sposób rozpisania konspektu. Jeśli widzę chaos lub skrótowe hasła dotyczące danych zagadnień np. budżet event i na tym koniec opisu, dogłębnie weryfikuję doświadczenia trenera.

### ➤ Czy lepiej kształcić się częściej z mniejszych zakresów materiału, czy zrobić jedno kompleksowe szkolenie?

Każda z nagród ma inny wymiar. Osobowość Roku MICE PoZ perspektywy trenera twierdzą, że lepsze są mniejsze zakresy materiałów. Małe porcje przyswajamy szybciej. Zwiększa to szansę na zapamiętanie treści i co najważniejsze wykorzysta-

nie w warsztacie praktycznym. Jeżeli bierzemy udział w szkoleniu kompleksowym, to musi ono zawierać wiele warsztatów i elementów powtarzających, by poukładać zdobytą wiedzę. Z perspektywy uczestnika, nadal pokutuje podejście - im więcej w programie, tym lepiej. Niestety efekt jest odwrotny. 80% uczestników nic nie wyniesie, jeśli nie wrócą do wiedzy. Nasz mózg niestety jest tak skonstruowany. Po 20 minutach wykładu 60% osób wyłącza się i nie słucha aktywnie. Dlatego konstrukcja programu szkoleniowego to spore wyzwanie. Ja swój autorski program szkoleń modyfikuję już od 5 lat. Długo prowadziłam go w formie 2 dni i jeśli mam być szczerą, nie było to idealne rozwiązanie. Duży zakres programowy i krótki czas jego prezentacji utrudnia zapamiętywanie i usystematyzowanie sobie wiedzy, w efekcie ludzie pozostają z bałaganem informacyjnym. Kiedyś nie miałam takiej wiedzy trenerskiej, dlatego teraz program podzielony jest na 2 etapy, każdy z nich to 2 dni, czyli w sumie 32 godziny. A jeżeli ktoś ma ochotę mocniej zgłębić daną tematykę, to może wybrać szkolenie specjalistyczne np. ze scenografii eventowej.

### ➤ Czy w dobie internetu warto kształcić się przez webinary? Czy jednak bezpośredni kontakt podczas stacjonarnego szkolenia jest skuteczniejszy?

To bardzo trudne pytanie i w dużej mierze uzależnione od typu osobowości. Osobiście uwielbiam kontakt z ludźmi, możliwość śledzenia ich reakcji i zachowań na prezentowane zdjęcia, anegdoty czy żarty, słuchania ich doświadczeń i refleksji. Dla mnie webinar jest mocno edukacyjny, przekazuje konkretną wiedzę, ale kontakt międzyludzki jest spłaszczony. Kiedy kursant zadaje pytanie na żywo, widać kontekst, grymas na twarzy, zawahanie. Można odpowiedzieć szerzej, bo widać, że pytający tego oczekuje.

### ➤ Jakie kompetencje powinien posiadać trener?

Nie ma jednej recepty na idealnego trenera. To, co ja cenię najbardziej i pod tym kątem szukam trenerów do współpracy, to doświadczenie zawodowe i trenerskie. Zwracam również uwagę na doświadczenie w wystąpieniach publicznych, charyzmę, poczucie humoru oraz elastyczność. Taka kompilacja zwiększa szansę na przekazywanie wiedzy merytorycznej w fajnej luźnej atmosferze.

### ➤ Teoria teorią, ale jak wiemy najważniejsza jest praktyka. Jak na szkoleniu przeprowadzić skutecznie zajęcia praktyczne?

Moim zdaniem ważne jest rozgraniczenie dwóch rzeczy - edukacji i umiejętności. Nie sztuką jest zrobić warsztat i kazać stworzyć scenariusz eventu, ale sztuką jest zmobilizowanie do aktywnego zaangażowania i pobudzenie myślenia, czyli stworzenie przestrzeni do wyrabiania sobie umiejętności. Im głębiej i trudniej, tym większy wysiłek musimy włożyć. A silne bodźce wpływają na zapamiętywanie treści. Możemy zrobić

harmonogram eventu, a możemy przeanalizować dynamikę, dramaturgię, emocje uczestników wyobrażając sobie ich zachowania. Dlatego uważam, że zaprojektowanie zajęć praktycznych to 50% sukcesu szkolenia.

### ➤ Jakie polecasz inne sposoby na edukację?

Umiejętności organizacyjne nabywa i kształtuje się wraz z ilością zrealizowanych eventów. Kiedyś usłyszałam, że szkolenia i książki eventowe to bzdura, że te formy nie uczą bycia event managerem. Od słuchania muzyki nikt jeszcze nie nauczył się grać na pianinie. Jednak na szkoleniach nie uczymy, jak mieć słuch muzyczny, tylko jak czytać nuty i naciskać klawisze, a to zasadnicza różnica. Zazwyczaj szkolenia prowadzone przez praktyków, którzy na co dzień są świadkami przeróżnych sytuacji, mówią po prostu o codziennej pracy. To daje możliwość poznania branżowych standardów, ale nie poprawia odporności na stres, krytykę i presję czasu, z którą często mamy do czynienia. Osoby rozpoczynające swoją przygodę powinny sięgać do publikacji zarówno polskich, jak i zagranicznych (książki, blogi, portale), aby poszerzać horyzonty. Czytać opinie autorytetów, bo każdy z nich ma swój bagaż cennych doświadczeń i spostrzeżeń.

Jaka mam radę dla tych bardziej doświadczonych? Powinni oni pogłębiać swoje kompetencje miękkie - asertywność, negocjacje, sztuka prezentacji czy wystąpień publicznych, zarządzanie projektem, czasem, zespołem, radzenie sobie ze stresem, komunikacją. Ja wiem, że wszyscy wszystko wiedzą, tylko potem w praktyce bywa różnie.

### ➤ Dalsze plany edukacyjne i marzenia to...?

Marzenia właśnie się spełniają, jako jedyni w Polsce oferujemy tak specjalistyczny zakres szkoleń tematycznych dla branży eventowej, a obecnie kończymy pracę nad autorskim systemem nauczania. Pozytywny odbiór naszych szkoleń motywuje nas do podnoszenia poprzeczki edukacyjnej coraz wyżej i daje nam ogromną satysfakcję.

Rozmawiała Paulina Pięta

---

NINA ŻUKOWSKA - dyrektor zarządzająca Świat Eventów. Założycielka platformy edukacji eventowej, pasjonatka komunikacji event marketingowej oraz praktyk w zakresie organizacji wydarzeń. Od 10 lat poznaje świat eventów z różnych stron: agencji, klienta i podwykonawcy. W swojej karierze pracowała w międzynarodowych firmach organizujących szkolenia, kongresy i konferencje. W agencji Havas PR Warsaw zarządzała działem eventów. Obecnie jest Partnerem w Advanced Communication. Od 5 lat realizuje się jako trener eventowy. Prowadzi firmowego bloga Świat Eventów.

---



ADELAWARAC.COM  
KONFERANSJERKA

Zróbmy razem coś wielkiego!  
Zarezerwuj termin już teraz i odbierz 10% rabatu!  
Masz pytania? Zadzwoń lub napisz do nas!

Manager Ewelina Żymańczyk  
tel. 661 481 980  
manager@adelawarac.com  
www.adelawarac.com



**ADELA WARAŃC**  
www.adelawarac.com



Ponad 200 poprowadzonych imprez. Prawie 1500 godzin na scenie. Łącznie dla publiczności liczącej prawie 60.000 osób.

Adela Warańc. Konferansjerka. Prezenterka TV. Współorganizatorka niezapomnianych wydarzeń. Od sześciu lat pojawia się na scenie w Polsce i za granicą by zapowiadać najlepszych mówców, szkoleniowców i artystów. Prowadziła wiele imprez dla publiczności liczącej nawet 2.000 osób. Stała na scenie ze znanymi osobami min. Marcin Prokop, Dorota Wellman, Maciej Orłoś, Cezary Pazura czy prof. Robert Cialdini i Brian Tracy.

Kontakt z niesamowitymi osobami, które spotyka prowadząc różnego rodzaju eventy napędza ją do działania i tym samym daje poczucie spełnienia i radości, zamieniając pracę w pasję. Bo jej pasją jest życie a życie to ludzie. Jej kalendarz zapelnia się błyskawicznie.

Szukasz wyjątkowej prowadzącej? Nie czekaj, sprawdź ofertę i skontaktuj się już teraz!



**ADELA WARAŃC**  
KONFERANSJERKA

- Chcesz gwarancji, że Twoja impreza będzie poprowadzona profesjonalnie?
- Chcesz aby Twoi prelegenci byli dobrze wprowadzeni i czuli się komfortowo na scenie?
- Zależy Ci na tym, aby goście czuli się wyjątkowo na Twoim wydarzeniu i z chęcią wracali na kolejne?
- A może organizujesz prestiżową galę i zależy Ci na elegancji i wysokiej kulturze prowadzącego?

Wiemy, że jako organizator masz wiele zadań. A wybór prowadzącego jest ważną decyzją. Zaufaj Adeli i pozwól, by oddała się swojej pasji i przyczyniła się do sukcesu Twojego wydarzenia.

AGENCJA MÓWCÓW  
**POWERSPEECH.PL**

Sebastian Prokop  
 booking manager

tel. 884 900 727  
 info@powerspeech.pl

Jesteśmy wyspecjalizowaną agencją, skupioną na dostarczaniu Klientom sprawdzonych rozwiązań w dziedzinie różnych rodzajów występów publicznych.

Mamy w ofercie zarówno motywujące power speech'e, fachowe wykłady stanowiące merytoryczne wsparcie dla biznesu, rozrywkowe „celebrity talks” oraz inne, unikalne formy występów najlepszych mówców w Polsce (np. jako jedyni oferujemy wykłady Szymona Hołowni, osadzone w jego doświadczeniach budowania fundacji pomagającej Afryce).

Nasza agencja prowadzona jest przez ludzi działających w branży medialnej i PR od kilkunastu lat. Mamy olbrzymie doświadczenie w wielu dziedzinach, związanych nie tylko z mediami i szeroko rozumianym przemysłem rozrywkowym. Ambasadorem agencji jest Marcin Prokop, którego reprezentujemy również jako jednego z naszych mówców.



Marcin Maj

**POWERSPEECH.PL**  
[www.powerspeech.pl](http://www.powerspeech.pl)



Grzegorz Albrecht



Marcin Prokop Dorota Wellman

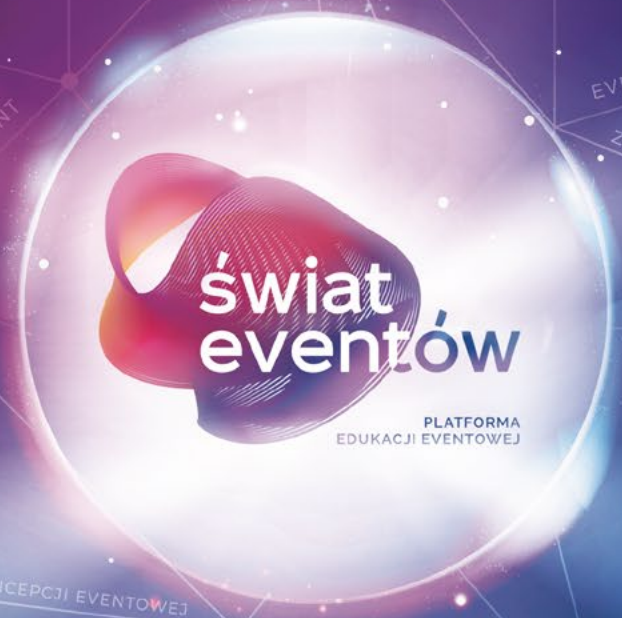
AGENCJA MÓWCÓW  
**POWERSPEECH.PL**

OTWIERAMY UMYSŁY.



# SZKOLENIA EVENTOWE

NIE Z TEJ ZIEMI



EVENT MANAGEMENT

ZARZĄDZANIE OBIEKTEM EVENTOWYM

SCENOGRAFIA EVENTOWA

POZYSKIWANIE KLIENTÓW W BRANŻY EVENTOWEJ

DIGITAL EVENT

TECHNIKI SPRZEDAŻY EVENTÓW

DESIGN THINKING W KONCEPCJI EVENTOWEJ

Świat Eventów to pierwsza w Polsce platforma edukacji eventowej oferująca szeroki wachlarz tematyczny szkoleń dla event managerów. Bazujemy na 10 letnim doświadczeniu w organizacji wydarzeń i 5 letniej praktyce szkoleniowej w branży eventowej. Nasze programy edukacyjne są oparte o model nauki „Learn by doing” - 60% praktyka, 40% wiedza branżowa.

WEJDŹ Z NAMI DO ŚWIATA EVENTÓW

WWW.SWIATEVENTOW.COM

Szukaj nas



+48 502 126 386  
biuro@swiateventow.com

# WIEDZA

PRAKTYKA INSPIRACJE

## EVENT MANAGEMENT ETAP I

Planowanie, organizacja i zarządzanie projektem eventowym



## EVENT MANAGEMENT ETAP II

Planowanie, organizacja i zarządzanie projektem eventowym



## EVENT DESIGN

Scenografia eventowa



## EVENT EXPERIENCE

Budowanie angażujących koncepcji eventowych



## DIGITAL EVENT

Social media i nowe technologie w eventach



## EVENT VENUE MANAGEMENT

Zarządzanie obiektem eventowym



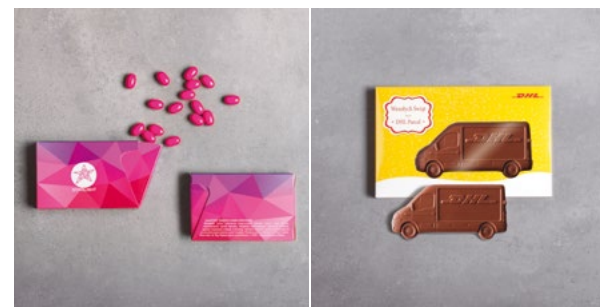


ul. Królewska 51  
05-822 Milanówek

tel. 22 290 77 00  
cookie@cookie.com.pl



### COOKIE Słodczyce Reklamowe www.cookie.com.pl



Firma COOKIE Słodczyce Reklamowe specjalizuje się w produkcji oraz dystrybucji słodczy z indywidualnym nadrukiem reklamowym. W roku 2015 marka produktów ChocoDesign - czekolad wykonywanych w dowolnych kształtach - została nagrodzona w ogólnopolskim plebiscywie Jakość Roku - Produkt, potwierdzając tym samym główne założenia przedsiębiorstwa.

Firma COOKIE Słodczyce Reklamowe oferuje szeroki asortyment słodczy reklamowych - począwszy od drobnych upominków, które z powodzeniem wspierają działania marketingowe skierowane do odbiorcy masowego, jak choćby cukierki, lizaki, żelki, drażetki, ciasteczka, napoje energetyczne po produkty z kategorii premium takie jak czekoladki pakowane pojedynczo i w zestawach, czy też bombonierki z pralinami - to wszystko w opakowaniach ze znakowaniem wykonanym na zamówienie klienta. Dodatkowo w ofercie można znaleźć eleganckie kosze i zestawy upominkowe.

Słodczyce reklamowe to doskonały upominek, a ich różnorodność i nieograniczone możliwości projektów wspierają budowanie pozytywnego wizerunku firm i instytucji. COOKIE Słodczyce Reklamowe gwarantuje, iż nawet najbardziej skomplikowany projekt będzie wykonany z najwyższą jakością oraz terminowością. W celu zapoznania się z ofertą firmy zachęcamy do kontaktu z Biurem Obsługi Klienta pod nr tel +48 22 290 77 00 lub adresem mailowym cookie@cookie.com.pl

# SŁODYCZE REKLAMOWE



wywołują  
**emocje**

pozwalają na chwile  
**zapomnienia**



ul. Wierzyńskiego 11  
01-687 Warszawa

tel. 22 299 05 50  
info@expen.pl



### EXPEN S.C. www.expen.pl

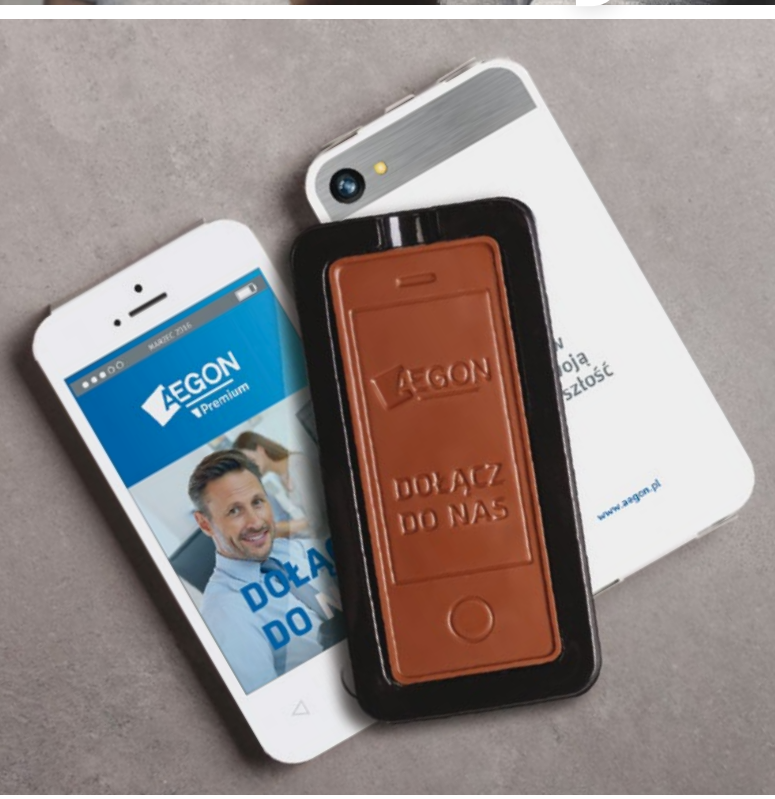


EXPEN jest wyłącznym dystrybutorem na rynku b2b w Polsce:

- ekskluzywnych artykułów piśmienniczych amerykańskiej marki Sheaffer,
- ekskluzywnych artykułów piśmienniczych, galanterii skórzanej oraz notesów amerykańskiej marki Cross,
- szwajcarskich długopisów masowych marki Premec,
- toreb szwedzkiej marki Hinza,
- narzędzi wielofunkcyjnych, noży, zapalniczek i różnego rodzaju breloków metalowych angielskiej marki True Utility.

Firma posiada biuro oraz magazyn w Warszawie - część zamówień realizuje w ciągu 24/48 godzin wraz ze znakowaniem.

Firma EXPEN współpracuje tylko i wyłącznie z Agencjami Reklamowymi i Eventowymi.



COOKIE Słodczyce Reklamowe, ul. Królewska 51, 05-822 Milanówek  
cookie@cookie.com.pl, tel. +48 22 290 77 00, fax +48 22 730 19 41

www.cookie.com.pl



JAKOŚĆ  
ROKU 2015  
USŁUGA ROKU



ul. Łąkowa 31  
05-090 Raszyn

tel. 88 20 60 444  
biuro@grado.net.pl

Firma Grado istnieje na rynku od 1992 roku. Przez wiele lat działaliśmy jako firma reklamowa. Zdobyta wiedza i doświadczenie pozwoliła nam uruchomić produkcję logosmyczy na najwyższym poziomie. Od 8 lat należymy do największych firm w Polsce drukujących logosmyczne metodą sublimacji. Jako jedna z niewielu firm drukujemy również logosmyczne metodą transferu.

Posiadamy maszyny, które pozwalają nam na wielotysięczną produkcję tasemek na dobę. Oprócz tasemek produkujemy również etui do telefonów, ściereczki do okularów oraz gąbki samochodowe. Nasze logosmyczne drukujemy na wysokiej jakości atlasowych tasemkach produkcji krajowej. Na ich gładkiej powierzchni wszystkie szczegóły, zdjęcia, kolory są ładniejsze i wyraźniejsze niż na tasemkach powszechnie stosowanych.

Oferta nasza skierowana jest do agencji reklamowych, działów marketingu i reklamy, firm produkcyjnych, budowlanych, farmaceutycznych i innych.

Wykonujemy nadruki metodą sitodruku, sublimacji oraz transferem na powierzonych materiałach. Wszystkie zlecenia wykonujemy bez pośredników.

Realizujemy zamówienia od jednej sztuki do wielotysięcznych nakładów.



**GRADO**  
www.grado.net.pl




AllBag

Producent toreb reklamowych



allprints  
drukujemy na wszystkim

Odzież firmowa i gadżety  
z nadrukiem



DTG

Dzety

Sitodruk

Sublimacja

Haft komputerowy

Druk cyfrowy z roli




ul. E. Orzeszkowej 32/409  
15-084 Białystok

kom. 506 602 803  
info@freshdrink.pl

FreshDrink powstał w 2010 roku. Przez 6 lat zdobyliśmy większą część Polskiego rynku, widoczni jednak jesteśmy również w całej UE.

O pozycji świadczą realizacje dla takich firm jak Google, Mercedes, Tauron, Orange, Netia, Stryker, HTC, Zing, Babilon, Statoil oraz wiele innych. Starania zespołu FreshDrink docenił również klub piłkarski Aston Villa który podpisał z nami kilkuletni kontrakt na produkcję napojów.

Co nas wyróżnia? Możliwość zamówienia 24 sztuk napojów z własnym logo, znakowanie zawsze w pełnej gamie kolorów.

Natomiast najważniejszą zaletą jest fakt że zawsze rozmawiasz z osobą która tworzy FreshDrink a nie tylko tu pracuje.



**FRESH DRINK**  
www.freshdrink.pl



allbag.pl  
biuro@allbag.pl

Obsługa klienta:  
ul. Lwowska 70a  
34-100 Wadowice  
tel: +48 (33) 873 05 30

allprints.pl  
biuro@allprints.pl

# OD PROJEKTU **DO EFEKTU**

DESIGN | PLANNING | TECHNICAL PRODUCTION | CONTENT | TECHNOLOGY



napisz:  
**info@aram.pl**

zadzwoń:  
**22 778 70 75**

**aram**

[www.aram.pl](http://www.aram.pl)

Koncepcja, projekt oraz kompleksowa produkcja techniczna i scenograficzna eventów na najwyższym poziomie.

Oferujemy pełen pakiet usług, od kreatywnych pomysłów po ich realizację dopracowaną w każdym szczególe.

Zapewniamy własne zaplecze techniczne a przy produkcji korzystamy z najnowocześniejszego sprzętu i najlepszych specjalistów.

Naszym Klientom oferujemy model "Od projektu do efektu", z jedną osobą kontaktową odpowiedzialną za projekt, gwarantując sukces każdego wydarzenia.

**Ty masz cel, my go realizujemy.**