

Stage Art odpowiedzialna za projekt AlleZima TVN-u

Agencja współpracuje z telewizją TVN i portalem Allegro przy organizacji sześciu eventów z cyklu AlleZima. Stage Art będzie odpowiedzialna za współpracę z gminami w zakresie wynajmu fragmentów stoków, parkingów i placów dla ekipy projektu w sześciu popularnych górskich miejscowościach turystycznych – Szklarskiej Porębie, Stroniu Śląskich, Szczyrku, Bukowinie Tatrzańskiej, Krynicy i Poroninie. Agencja współtworzyła już ubiegłoroczną zimową imprezę. (ak) www.stageart.pl, www.allezima.pl

Gdańskie convention bureau uruchomiło nowy serwis

Na stronie znajdują się informacje o organizatorach i usługodawcach, konferencjach w regionie, a także statystyki. Funkcjonalnym elementem serwisu ma być wyszukiwarka obiektów konferencyjnych. Za pośrednictwem strony, po kliknięciu na obiekt, można wysłać zapytanie. Portal jest dostępny w dwóch językach: polskim i angielskim. (msz) www.gdanskconvention.pl

Holiday Inn zmienia logo

Modyfikacja identyfikacji wizualnej hotelu w podwarszawskim Józefowie jest częścią zakrojonego na globalną skalę programu realizowanego przez hotele grupy Holiday Inn. Celem sieci jest stworzenie bardziej współczesnego charakteru, poprawa jakości i ujednoczenie standardów hoteli. Na program odświeżenia marki sieć przeznaczyła miliard dolarów. (ak) www.holiday.aquila.pl

Sin Limites stawia na full service

W grudniu zadebiutowała agencja eventowa Sin Limites. Założycielami firmy są **Anna Michalska**, **Iwona Burdzy-Trafidło** oraz **Piotr Michalski**. Sin Limites pozycjonuje się jako agencja typu full service, a swoją ofertę kieruje m.in. do firm, organizacji i instytucji.

Oferuje rozwiązania i usługi w zakresie organizacji imprez firmowych, eventów oraz wydarzeń promocyjnych. Na życzenie klientów poprowadzi biuro prasowe oraz obsługę z zakresu public relations. Sin Limites stawia na międzynarodową współpracę, obecnie prowadzi rozmowy o partnerstwie z hiszpańskimi firmami eventowymi. – Chodzi o wymianę doświadczeń w dzie-



Anna Michalska: Nasz główny kierunek w dziedzinie incentive to Meksyk. Chcemy jednak przynieść klienta do miejsc dziewiczych, dzikich i niedostępnych dla klasycznych biur podróży.

dzinie eventu oraz współpracę i wsparcie przy projektach międzynarodowych. Naszym celem jest działanie na świa-

towym poziomie. Odwiedzamy również europejskie imprezy targowe, niedawno wróciliśmy z Barcelony, gdzie byliśmy na targach EIBTM – mówi Anna Michalska. Agencja pracuje również nad autorską ofertą incentive obejmującą kraje Ameryki Południowej. – Naszym głównym kierunkiem jest Meksyk. Miałam możliwość mieszkania tam przez kilka lat i dzięki temu okazję do tego, aby poznać ten kraj i jego fascynującą kulturę. Dlatego właśnie będziemy się starać pokazywać odwiedzane miejsca w oryginalny i niestandardowy sposób – tłumaczy Anna Michalska. Aktualnie firma zatrudnia 10 osób. (msz) www.sinlimites.pl

TSO wybrało człowieka roku



Jędrzej Popielarz doceniony przez współpracowników z TSO.

Odbywające się od pięciu lat spotkania integracyjne, podsumowujące rok, tym razem zostały zwieńczone wyborem Człowieka Roku grupy TSO. Zwycięzcą został **Jędrzej Popielarz**, event manager incentives & conferences oraz Bezpieczna Podróż. W głosowaniu mogli wziąć udział wszyscy pracownicy firmy, pod warunkiem umotywowania swojego wyboru. Jędrzej Popielarz pracuje w TSO od dwóch lat, dodatkowo jest instruktorem nurkowania, narciarstwa oraz pierwszej pomocy przedmedycznej.

Wyjazd integracyjny zakończył się w domu dziecka w Jastrowiu, który pracownicy TSO wsparli również finansowo. (ak) www.tso.pl

Wyjazd z Kydryńskim dla lojalnych klientów Nikona

Firma 5 Stars Club Business Travel organizuje w maju wyprawę do Wietnamu ze znanym fotografem i prezydentem radiowym Marcinem Kydryńskim.

Będzie to fotoekspedycja w ramach projektu Akademia Nikona – konsumenckiego programu lojalnościowego, a jednocześnie szkoły fotografii dla profesjonalistów i amatorów, oferującej kursy,

szkolenia oraz tzw. fotoekspedycje. W programie wyjazdu z Marcinem Kydryńskim zaplanowano m.in. Hanno na rowerach, przejazd jeepami przez wapienny płaskowyż Dong Van, pływanie kajakami po lagunie, zwiedzanie wioski na palach Thon Tha, dwudniowy rejs drewnianą łodzią do zatoczki Ha Long. Uczestnicy będą mogli również pod okiem

Marcina Kydryńskiego doskonalić swój warsztat fotograficzny. W ramach Akademii Nikona odbędą się także inne fotoekspedycje: do Japonii i Indii z Leszkiem Szurkowskim, do Peru z Krystianem Bielatowiczem oraz kolejna z Marcinem Kydryńskim – w listopadzie 2010 roku do Etiopii. (msz) www.akademianikona.pl www.5stars.com.pl

MICE forum

To jednak nie partner

Inspiracją do skreślenia kilku poniższych uwag był artykuł Michała Kalarusa „To powinni być partner, a nie konkurent”.

Chciałbym przedstawić sytuację wrocławską. Convention we Wrocławiu powstało w grudniu 2002 roku jako Fundacja, której założycielami są Urząd Miejski (samorząd) oraz przedsiębiorstwo Hala Ludowa, którego udziałowcami są: ten sam Urząd Miejski, Urząd Marszałkowski i Skarb Państwa. Przez pierwsze dwa lata convention bureau miało partnerów – PCO i hotele.

W tamtym okresie działalność convention bureau wydawała się być całkiem prawidłowa, zajmowało się działalnością wydawniczą, promocyjną. Organizowało przyjazdy zainteresowanych turystyką biznesową firm, a także dziennikarzy. Co najważniejsze partnerzy convention bureau otrzymywali wiele zapytań ofertowych od potencjalnych klientów. Wyraźnie było widać, że działania promocyjne są prowadzone na szeroką skalę, gdyż liczba wpływających do convention bureau zapytań była na zadawalającym poziomie. Była też dobra płaszczyzna do ustalania zasad wspólnej (PCO i convention bureau) działalności.

Niestety ta sytuacja zakończyła się całkowicie z przyjściem na stanowisko prezesa Convention Bureau Wrocław Pani Hany Čerwinkowej (wiosna 2004). Convention bureau pozbyło się Partnerów i rozpoczęło własną działalność gospodarczą, szczególnie



na rzecz realizacji imprez zleczanych przez Urząd Miejski. Zakończyła się tym samym współpraca z PCO. Od tego czasu (5 lat) otrzymałem jedno zapytanie ofertowe. Być może inni PCO nie są pomijani i otrzymują zapytania (...). Wydaje mi się, że wrocławskie convention bureau zajmuje się po prostu zupełnie innymi sprawami, niestety nie wiem jakimi. Na pewno nie jest bezstronnym reprezentantem wszystkich usługodawców, działającym na zasadach i w strukturze prawidłowego convention bureau. Prowadzi działalność gospodarczą na zlecenie samorządu i jest ewidentnie konkurencją dla przedsiębiorców z branży.

Osobiście odczuwam, że jest to wysoce szkodliwe dla nas, podatników. Sytuacja ta pogorszyła się w momencie przejścia Pani Hany Čerwinkowej na stanowisko prezesa przedsiębiorstwa Hala Ludowa (jesień 2006). Od tego momentu, wydaję się, że convention bureau stało się naturalnym zapleczem dla tego przedsiębiorstwa, być może nawet wypełnia swoją misję, ale tylko w stosunku do tego jednego podmiotu.

Jedyną działalnością convention bureau w latach 2007/2008 był cykl szkoleń-prezentacji dla PCO przeprowadzony prawdopodobnie za unijną dotacją, którego głównymi beneficjentami byli prowadzący je urzędnicy samorządowi. Ze względu na poziom, niewiele mógł on przynieść pożytku organizatorom imprez.

Niestety w czasach siemniężnych jako prywatni przedsiębiorcy nie mieliśmy instytucji, które wspierałyby naszą działalność, natomiast okazało się, że teraźniejszość jest jeszcze gorsza. Instytucje wprowadzają się, ale działają na naszą niekorzyść (...). Jak widać, też z wypowiedzi innych PCO, schemat i zasady działania convention bureau w Polsce daleki jest od założonego na świecie ideału. Pozostaje jedynie nadzieja, że uda się wypracować prawidłowe i jednolite zasady funkcjonowania wszystkich instytucji, które przyznały sobie prawo posługiwania się tą nazwą. Potrzeba do tego zaangażowania i dobrej woli obydwu stron. PCO nie mogą być traktowane przez convention bureau jako uciążliwi petenci i konkurencja w działaniach gospodarczych. Chciałbym podkreślić, że reprezentuję tutaj wyłącznie swoje zdanie. Integracja wrocławskiej branży PCO nie powiodła się, mimo że na tym rynku jest nas niewiele: trzy czy cztery profesjonalne firmy, większość nie widzi sensu walki z „wiatrakami”. Wrocław (poza swoimi granicami) bardzo często postrzegany jest jako prężnie działające miasto, które ma pomysły, wizję rozwoju gospodarczego i potrafi je zrealizować. Niestety z bliska widać, że nieważny jest pomysł i jego realizacja, a ważne jest KTO ma ten pomysł i czy jest powiązany z odpowiednią jednostką w mieście.

Niestety z bliska wylania się zupełnie inny obrazek, mniej kolorowy, na którym dobrze się mają wyłącznie bliscy miejskim władzom.

Maciej Partyka
prezes Zarządu Interart Sp. z o.o., wiceprezes SKKP