

# MICE Poland

Meetings • Incentives • Conferences • Events

## W numerze

### Rozmowa miesiąca

#### Dla mnie Polska

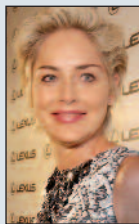
##### to wyzwanie i szansa

O tym, co jeszcze musi zrobić Polska, by dać o sobie znać w świecie, czego brakuje w Warszawie i dlaczego Niemiec decyduje się pracować w Polsce, opowiada Christian Henkemeier, dyrektor hotelu InterContinental. str. 4

### Events

#### Powściągliwa Sharone

W tym roku organizatorzy Lexus Fashion Night postawili na wielkoformatową gwiazdę. Sharone Stone zrobiła wrażenie małomówniej i powściągliwej. str. 9



### Problem branży

#### Branżowe braki kadrowe

Branża MICE w Polsce cierpi na ciężką chorobę: brak wykwalifikowanych kadr przy jednoczesnym braku jasnych definicji dotyczących zawodów branży i ich profesjonalizacji. Profesjonalny organizator imprez to zawód, który w Polsce raczej nie występuje. str. 18

### Prawo

#### Legalne brzmienie muzyki

Za wykorzystanie muzyki podczas eventu czy targów z płyt trzeba płacić. Wyjątkowo bezpłatnie możemy użyć muzyki pochodzącej z radia lub telewizji, jeżeli wykazemy, że nasza konferencja nie wpłynęła na uzyskanie dodatkowych dochodów. str. 20

### Temat numeru

#### Podwodna integracja

Branża MICE coraz częściej wykorzystuje nurkowanie do swoich celów. str. 13



# Źle myślą o Polsce

Co czwarty zapytany brytyjski i niemiecki PCO twierdzi, że Polska ma słaby wizerunek. Taka sama liczba utrzymuje, że wybrała bardziej konkurencyjną ofertę od Polski – wynika z raportu „Poland Conference Market Survey”.



Spośród przebadanych 474 niemieckich agencji organizujących konferencje i wyjazdy typu incentive, Polska na miejsce spotkania wybrana została tylko 23 razy. Liczba ta plasuje ją na 21 miejscu wśród destynacji.

Miastem najczęściej wybieranym na eventy okazała się wśród ankietowanych stolica (42% wydarzeń), a zaraz za nią Kraków (36%).

Autorzy raportu dokonali również analizy SWOT dla wszystkich miast, w których znajdują się biura kongresów (Bydgoszcz, Toruń, Gdańsk, Kraków, Wrocław, Poznań, Warszawa).

Siły dwóch najczęściej wybieranych miast upatrują w dziedzictwie historycznym, inwestycjach związanych z EURO 2012 oraz otwarciu się granic w ramach strefy Schengen, podczas gdy słabe strony to braki odpowiednio dużych centrów konferencyjnych, zła jakość dróg, opóźnienia w inwestycjach. Na pytanie,

skąd czerpane były informacje na temat Polski jako destynacji, 58% pytanym odpowiada, że z kontaktów osobistych, 42% z instytucji rządowych odpowiadających za promocję Polski, a 35% od hotelarzy.

Co trzeci badany nie wybrał Polski, bo nie ma żadnych kontaktów biznesowych z firmami i osobami z Polski, a co czwarty pytany twierdzi, że Polska ma słaby wizerunek. Taka sama liczba respondentów twierdzi, że wybrała bardziej konkurencyjną ofertę od Polski.

Raport opracowany został przez Roba Davidsona i Krzysztofa Celucha na zlecenie Polskiej Organizacji Turystycznej. (as) [www.pot.gov.pl](http://www.pot.gov.pl)

## Władze decydują o budowie centrum kongresowego

Zwycięski projekt zawiera plan budowy centrum kongresowego na 8 tysięcy osób.

W konkursie na opracowanie koncepcji zagospodarowania przestrzennego terenu wokół Stadionu Narodowego w Warszawie zwyciężył projekt dwóch pracowni architektonicznych: Jems i Dawos. Spełnił wszystkie wymagania, w tym budowę centrum kongresowego na 8 tys. osób. Sam budynek liczyć będzie 55

tys. metrów kw., z tego część konferencyjna zajmie 35 tys. metrów kw. – Stworzenie centrum kongresowego oraz hali imprezowej jest wspaniałym rozwiązaniem, dzięki któremu nie musimy przeznaczać innych terenów w mieście na ich budowę –



Centrum kongresowe ma być zlokalizowane na wprost dworca i tuż obok hotelu.

mówi prezydent stolicy Hanna Gronkiewicz-Waltz. (mk)

## Przemysł spotkań nietknięty recesją

Globalna recesja ma niewielki wpływ na międzynarodową branżę spotkań, wynika z ankiety przeprowadzonej przez International Congress & Convention Association. Zapytano ponad 25% członków ICCA. 60% uznało, że spowolnienie gospodarcze nie miało na ich firmy wpływu. (ws) [www.conworld.net](http://www.conworld.net)

Hotel Anders  
resort & spa  
[www.hotelanders.pl](http://www.hotelanders.pl)

Już teraz - specjalna,  
jesienna oferta!



# Nurkowanie a budowanie zespołu

**Nurkowanie to bardzo dobry sposób na to, by zwieńczyć proces budowania zespołu.**



**Podczas nurkowania wyłoniony musi być lider, któremu bezwzględnie posłuszni będą pozostali nurkowie.**

Wyjazdy, na które nasz klient przeznacza niemałe pieniądze, coraz częściej, poza samą zabawą i integracją, muszą nieść ze sobą konkretne korzyści. Wymóg wyjątkowości programu – jako elementu atrakcyjności spotkania – stał się już normą. Jeżdżymy z grupami w świat, latamy, skaczymy, żeglujemy, nurkujemy. Dla naszego klienta cel organizowanych dla pracowników spotkań pozostaje ten sam – wydać pieniądze tak, aby zwróciły się one w postaci lepiej funkcjonującego zespołu.

## Plan ustalony na lądzie

Aby cel wyjazdu został osiągnięty, proponowana aktywność musi mieć cechy działania grupowego. Idzie łatwo, więc na tapecie jest nurkowanie. Można na nie spojrzeć pod kątem działań grupowych, ponieważ nur-

kowanie w pojedynkę zdarza się wyłącznie podczas działań wyczynowych w tym sporcie, a tego typu zajęcia nie leżą w zakresie naszych działań, a jedynie profesjonalistów. Nam przecież chodzi o połączenie zabawy z porządnym materiałem do późniejszej moderacji, tj. przekazania grupie informacji zwrotnych na podstawie obserwacji zajęć. Podstawą moderacji jest unaocznienie uczestnikom mechanizmów leżących u podstaw funkcjonowania zespołów i pokazanie, jakie działania blokują ich skuteczniejszą pracę. Są to działania na tzw. żywym organizmie, dzięki czemu każdy może dokonać autodiagnozy własnego funkcjonowania w swoim zespole, co na bieżąco można omówić z trenerem. Tego typu zajęcia dają też możliwość do łatwego eksponowania roli, jaką każdy przyjmuje w swojej grupie. Przeniesienie zasad, które są w tym sporcie wymagane, na obszar pracy zespołu, może być bardzo korzystne, ponieważ jest nierozzerwalnie związane z ustrukturalizowanym działaniem w zespole. Musi zawierać konkretny język do sprawnej komunikacji, doświadczonego lidera, ustawienie członków grupy według umiejętności i sprawności podczas konkretnych działań, a co najważniejsze – przebiegać na podstawie tego o ustalonego jeszcze na powierzchni planu.

## Najstabsze ogniwo

Komunikacja, w porównaniu z tą, z którą mamy na co dzień do czynienia, jest niezwykle „ograniczona”, co nie świadczy o jej słabości. Jest wy-

mogiem niecodziennych warunków związanych z otoczeniem. Podstawowe zwroty przekazywane za pomocą gestykulacji, to: ok, nie rozumiem, ja, ty, zbiórka, góra, dół, szybciej, wolniej, stop, coś nie gra, zawroty głowy, rezerwa. Przy słabej widoczności stosuje się dotyk, latarki, przy nurkowaniu pod lodem – liny, można też stukać w butlę. To niezbyt wiele, jak na komunikację, za pomocą której musimy wykonać zamierzony plan. Trudno sprostać nawet najprostszemu zadaniu, jeżeli nie możemy się ze sobą porozumieć, tj. nie mamy wypracowanego charakterystycznego dla organizacji sposobu komunikowania się. A jasna i zrozumiała dla wszystkich komunikacja jest fundamentem skutecznego funkcjonowania. Nie zbudujemy zespołu, nie stawiając najpierw fundamentów.

Grupy najczęściej składają się z par, które muszą się wzajemnie bardzo dobrze znać, bo partner jest tą najbliższą osobą, która zadziała w razie sytuacji kryzysowej. Uczestnicy muszą być ustawieni w taki sposób, aby na początku był lider, który ma największe doświadczenie i jest jedyną osobą mającą prawo do podejmowania decyzji. Następnie osoby z najmniejszym doświadczeniem, aż do końca, gdzie jako ostatni płynnie również bardzo obyty nurek. Znamy podobne konfiguracje, nieprawdaż? Jesteśmy tak silni, jak najslabszy z nas.

## Ostatni etap teambuildingu

Do zadań wykonywanych w tak ograniczonych warunkach, zarówno ze względów ubogiej komunikacji, jaki, i wymagań samego środowiska wodnego, zespół bezwzględnie musi być przygotowany wcześniej. Sam sprzęt nie wystarczy – nurkuje człowiek wraz ze swoimi umiejętnościami nabytymi podczas kursów i szkoleń, a nie tylko jego sprzęt. Zdawałoby się, że przy znajomości „zaledwie kilku sygnałów komunikacji” porozumiewanie się może być bardzo proste, choć w rzeczywistości tak nie jest. O wiele łatwiej jest przekazać informację, jeżeli mamy na to czas i wiele możliwości ekspresji. Tutaj mamy kilka sygnałów, którymi trzeba szybko i jasno przedstawić czasami skomplikowany problem. Dlatego tak ważną rolę w budowaniu zespołu odgrywa ustanowienie konkretnej, często hierarchicznej struktury, która pozwala nam na jasne delego-

wanie zadań do konkretnych osób oraz świadomość, że z tym lub innym problemem możemy zwrócić się do odpowiedniej, przygotowanej do tego wcześniej osoby. Tym samym okazuje się, że nurkowanie powinno być zwieńczeniem teambuildingowych działań, a nie pomysłem budowania zespołu samym w sobie. Procedury prowadzenia działań pod wodą mogą być dobrym materiałem do zrozumienia potrzeby ustalania zasad i sposobów komunikacji w naszych zespołach zadaniowych. Musimy znać się wzajemnie, wyrobić w sobie tolerancję na błędy popełniane przez innych członków zespołu, mieć odwagę do przyznawania się do własnych niedociągnięć i słabości.

Dzięki temu, że do naszej podwodnej eskapady przygotowujemy się jeszcze przed jej rozpoczęciem, sięgając po wiedzę specjalistów zarówno z konkretnej dziedziny sportu, jak i obszarów działania zespołów, przYGoda, na którą się porywamy będzie świetnym materiałem do galerii na Naszej Klasie, a nie powodem do tego, aby wyjazd określić jako nieudany. Mamy wtedy pewność, że przYGoda będzie połączona z konkretnymi korzyściami przeniesionymi na grunt pracy zawodowej.

## Pasjonaci w maskach

Ten sport jest niezwykle. Daje mnóstwo radości i niesamowitych przeżyć nie tylko w związku z przebywaniem w tym wspaniałym podwodnym świecie, ale również w obszarze relacji z innymi ludźmi. Nic tak przecież ludzi nie łączy jak pasja. Warto jednak pamiętać, że aby przyniosła nam ona jeszcze więcej wartości, musimy starać się wyciągać z niej maksimum informacji zwrotnych. Jeżeli zachęcimy zespół do wspólnej aktywności, czy to w sporcie, czy innych działaniach, które charakterystyczne są dla wyjazdów firmowych, a przy tym sięgniemy po fachowców mających doświadczenie w pracy z grupą, możemy rzeczywiście przeprowadzić realny program teambuilding, który przyniesie firmie lepiej funkcjonujący zespół, a ich członkom wiele wspaniałych wspomnień wynikających nie tylko z kontaktu z przyrodą, ale również z poczucia skuteczności z wysiłku na rzecz sprawnie wykonywanych zadań.

A co do przekazywania informacji zwrotnych, to czy można tam, pod wodą przeprowadzić podsumowujące spotkanie z grupą... w maskach? To już jest osobne wyzwanie dla trenerów.

*Tomasz Kozłowski*

## Nasz autor

Psycholog i doświadczony szkoleniowiec, trener team-buildingu i outdooru posiadający kilkunastoletnie doświadczenie w organizacji i prowadzeniu imprez integracyjnych oraz szkoleń specjalistycznych i miękkich. Od 1995 roku ratownik Karkonoskiej Grupy GOPR (instruktor ratownictwa górskiego).

Certyfikowany ratownik pierwszej pomocy kwalifikowanej. Instruktor podczas szkoleń Wojska Polskiego, Policji i Służb Specjalnych, instruktor narciarstwa oraz skoczek spadochronowy.

Autor projektów szkoleniowych dotyczących funkcjonowania zespołów w trudnych warunkach. Członek roboczego zespołu wsparcia psychologicznego dla służb i organizacji ratowniczych Departamentu Zarządzania Kryzysowego i Spraw Obronnych MSWiA.

Psycholog Polskiej Misji Medycznej. Członek Polskiego Towarzystwa Badań nad Stresem Traumatycznym. Wice-prezes Zarządu Polskiego Towarzystwa Interwencji Kryzysowej. Ukończył kursy z zakresu interwencji kryzysowej, wsparcia psychologicznego w sytuacjach kryzysowych oraz pomocy psychosocjalnej w masowych zdarzeniach traumatycznych. Na prośbę MSWiA udzielał pomocy psychologicznej uchodźcom z Libanu w lipcu 2006 roku.

Autor publikacji z obszaru psychologii zdrowia oraz zagadnień związanych z czynnikiem ludzkim w wypadkach górskich, a także artykułów dotyczących realizacji projektów team-buildingu oraz bezpieczeństwa podczas organizacji ekstremalnych imprez integracyjnych. Jest w trakcie realizacji pracy doktorskiej.



**Tomasz Kozłowski**  
dyrektor pionu  
MICE, High  
Level Group