



Jesteś tutaj: [EventMapa.pl](#) > [Wywiady](#)

Działy

[Aktualności](#)

[Realizacje](#)

[Oferty](#)

Kategorie

[Atrakcje towarzyszące \(4\)](#)

[Catering \(2\)](#)

[Event Marketing \(1\)](#)

[Ewenementy \(1\)](#)

[Konferencje i Kongresy \(1\)](#)

[Motywacja \(3\)](#)

[Obiekty konferencyjne \(1\)](#)

[Obiekty SPA \(1\)](#)

[Organizacje oraz wydarzenia branżowe \(4\)](#)

[Showbiznes \(1\)](#)

[Usługi dodatkowe \(1\)](#)

[Ze świata \(1\)](#)

Andy Cotton

Kategoria:

2010-02-28

Autor: EventMapa.pl



Rozmowa z Andy Cottonem, właścicielem londyńskiej TAO GROUP.

Możecie być liderem!

Jak wygląda polski rynek eventowy w oczach zachodnich potentatów branży? Dlaczego tak ważne jest nawiązanie współpracy z Rządem w celu opracowania odpowiednich procedur? O tym, jak kryzys dotknął angielski przemysł wydarzeń oraz tym, że spektakularny koncert Beyonce da się wyprodukować w trzydzieści dni, rozmawiamy z Andym Cottonem, właścicielem londyńskiej TAO GROUP.

Kiedy spotkaliśmy się podczas październikowych targów EVENT powiedziałaś mi, że według Ciebie Polska ma potencjał by stać się liderem na rynku eventowym krajów z byłego bloku komunistycznego. Skąd ta opinia?

Kiedy dotarłem do Warszawy byłem naprawdę miło zaskoczony ilością profesjonalistów, których spotkałem podczas targów. Już mają wiedzę, ale co najważniejsze chcą iść do przodu i dalej ją pogłębiać. Im więcej eventów będziecie organizować, tym wasze doświadczenie się pogłębi, niemniej jednak nic nie zastąpi rzetelnej i na bieżąco uzupełnianej wiedzy. I tutaj upatruje wasz potencjał. Wy chcecie słuchać. I chcecie się uczyć.

A co sądzisz o samych targach? Jakie wrażenie na Tobie zrobiły? Były to pierwsze targi poświęcone stricte branży eventowej w naszym kraju.

Targi były naprawdę dobrze zorganizowane logistycznie, choć oczywiście dużo mniejsze niż te w większych, mocniej ustabilizowanych gospodarczo krajach europejskich. Myślę, że wydarzenie powinno otworzyć się na kraje sąsiednie i zachęcić tamtejsze podmioty runku do udziału w wydarzeniu. Sądzę też, że należałoby poszerzyć i zróżnicować ofertę networkingowych wydarzeń towarzyszących.

Jedni twierdzą, że kryzys ekonomiczny dotknął mocno polski rynek eventowy, inni że został „rozdmuchany”, a jego skutki wcale nie były tak odczuwalne. Jak wygląda sytuacja w Wielkiej Brytanii? Jak wasz rynek odczuł wahania globalnego kryzysu?

Największy problem z recesją polega na tym, że udział w rynku światowych korporacji drastycznie się zmniejszył. Chodzi tu o akcje promocyjne produktów, imprezy oraz wystawy. Nie ulegnie to pewnie zmianie przez następne 18 miesięcy.

Jak zatem Twoim zdaniem przekonać klientów, że event jest niezwykle ważnym narzędziem w długoterminowej strategii firmy?

Podkreśliłbym przede wszystkim, że eventy są konieczne, aby zwiększyć sprzedaż – jest to jedyny sposób, aby przebrnąć przez okres recesji, dlatego tak niezwykle ważne jest organizowanie eventów korporacyjnych.

Wiele firm i korporacji nie tyle zrezygnowało z organizacji eventów, ile zastosowało drastyczne cięcia kosztów na nie przeznaczonych, co niestety obniżyło ich jakość. Co Ty na to?

Przede wszystkim zwróć uwagę na fakt, że pierwszą rzeczą, którą robią zlecciodawcy oszczędzając na kosztach i na jakości organizowanych wydarzeń, to obniżenie poziomu bezpieczeństwa poniżej wymogów, poprzez zmniejszenie zespołu wykonawców i wyposażenia. Korporacje powinny utrzymywać standardy ponieważ naprawdę zbyt wiele mogą stracić w przypadku niezapewnienia bezpieczeństwa korzystając z usług wątpliwej jakości wykonawców.

Która z gałęzi przemysłu eventowego w Wielkiej Brytanii najmocniej odczuła globalną recesję?

Cięcia budżetowe zauważalne są głównie na rynku festiwali – wynika to z chęci obniżenia kosztów, spowodowanego obawą organizatorów, że publiczność może nie dopisać ze względu na szczupły stan portfela. Jednak przede wszystkim, największe cięcia widoczne są na rynku eventów korporacyjnych.

Naszym flagowym okrętem festiwalowym jest Heineken Open'er Festival, który zaczął już być doceniany na europejskim rynku eventowo-muzycznym. Jak go oceniasz? Słyszałeś jakieś pozytywne opinie na temat naszych rodzimych produkcji?

Faktycznie zaczyna się postrzegać ten festiwal jako fenomenalną imprezę. Jestem pewien, że z roku na rok będzie rósł w siłę i dzięki temu umieści Polskę wysoko na liście krajów, które chętnie są odwiedzane przez zagranicznych artystów. Ogólnie rzecz biorąc, na rynku europejskim Polska postrzegana jest jako kraj, w którym chętnie inwestuje się w eventy.

Które z licznych organizowanych przez Ciebie wydarzeń utkwiło Ci w pamięci? Jest jakieś, które przyniosło Ci satysfakcję większą niż inne?

Które z licznych organizowanych przez Ciebie wydarzeń utkwiło Ci w pamięci? Jest jakieś, które przyniosło Ci satysfakcję większą niż inne?

W ostatnim czasie, kiedy to miałem odczyty właśnie w Polsce, nagle - w ostatniej dosłownie chwili, dostałem zlecenie na organizację koncertu Beyonce w Egipcie. Event, który musiał być dopięty na ostatni guzik trzeba było wyprodukować w przeciągu miesiąca. W trakcie przygotowań napotkaliśmy ogromne przeszkody infrastrukturalne, związane szczególnie z dekoracjami na ogromną skalę. Muszę przyznać, że odczułem ogromną ulgę i sporą satysfakcję, kiedy okazało się, że całe przedsięwzięcie zakończyło się sukcesem.

Jesteś laureatem wielu międzynarodowych nagród, członkiem światowych Stowarzyszeń branżowych... Ostatnio w Polsce powstało pierwsze Stowarzyszenie Branży Eventowej. Jak to zazwyczaj bywa jedni nastawieni są do inicjatywy entuzjastycznie, inni sceptycznie. Jakie jest Twoje zdanie?

Stowarzyszenia są konieczne, gdyż stanowią metodę na ogólne, kolektywne, wewnętrzne zapoznawanie się branży. Dają także przede wszystkim świetne możliwości wymiany doświadczeń. Polski rynek eventowy nie będzie się bez nich z pewnością tak skutecznie i szybko się rozwijał, jak potencjalnie by mógł.

Gdybyś był w zarządzie naszego rodzimego Stowarzyszenia, do czego przyłożyłbyś największą wagę? Co wymaga Twoim zdaniem największej uwagi w podejmowanych obecnie działaniach? W którym kierunku powinniśmy iść?

Moim zdaniem edukacja i szkolenia, ale także tworzenie kontaktów oraz wszczynanie rozmów z polskim Rządem, mające na celu stworzenie prawodawstwa, odpowiedniego dla przemysłu eventowego. Stowarzyszenia powinny mieć także dostęp do sektora zagranicznego, który dzięki większemu doświadczeniu w tej właśnie branży, pomoże zdobyć niezbędne doświadczenie na różnorodnych polach.

I już na zakończenie: Powiedzmy, że na Twoje biurko właśnie trafiło CV polskiego event managera, który aplikuje o pracę. Czego mógłby się spodziewać na rozmowie kwalifikacyjnej? Na co zwracasz największą uwagę?

Wymagam od mojego zespołu dużych kompetencji, a ta może wynikać tylko z doświadczenia, treningu oraz kwalifikacji. Są to kluczowe wymogi, jakie stawiam.

Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiała: Anna Malinowska
