

SUBIEKTYWNYM OKIEM. PODSUMOWANIE ROKU 2014.

Nasze podsumowanie ostatnich dwunastu miesięcy naznaczone będzie z pewnością doświadczeniem nowości wynikającej z wejścia w obszar kultury i ściślejszej współpracy z tym sektorem. Złożą się na nie również nowe wyzwania, nowe aktywności, a także - co nie bez znaczenia dla rozwoju - zmiana naszej siedziby.

Wydarzenia roku

Cieężko mówić o pojedynczym spektakularnym wydarzeniu, które byłoby na tyle wyjątkowe, abym uznał je za wydarzenie roku. Moją uwagę zwraca raczej długofalowa inicjatywa skupiona na budowaniu odpowiedniej infrastruktury oraz klimatu wokół Łodzi. Miasto poprzez konsekwentną promocję, rozwój infrastruktury oraz dbanie o pewien klimat przyciąga licznych klientów. Jak wszystko na to wskazuje, różnorodna oferta wydarzeń, poprzez Fashion Week, Fotofestiwal, Festiwal Design'u oraz dobra atmosfera do ich realizacji sprzyja rozwojowi, zdawałoby się już upadłej metropolii.

Rozczarowanie

W kontraście do tego, co powiedziano powyżej, za rozczarowanie można uznać zaplecze infrastrukturalne Warszawy. Poza kilkoma przykładami lokalizacji stolica nie dysponuje odpowiednią ilością miejsc dostosowanych do różnorodnych potrzeb i mogących gościć większe wydarzenia. Miniony rok ujawnił również kryzys muzycznych festiwali. Model kultury opartej na festiwalizacji ma przed sobą nie najlepszą perspektywę, jeżeli nie przejdzie radykalnej przemiany i nie zdefiniuje na nowo swojej formuły. Z drugiej strony, jest to niewątpliwie ciekawe wyzwanie i pole do popisu dla kreatywności. Również zetknięcie ze światem instytucji kultury może pozostawiać mieszane uczucia. Prócz dobrych chęci brak w tym środowisku doświadczenia i przygotowania do współpracy z partnerami z innych dziedzin. Sektor wymaga zdecydowanie profesjonalizacji w zakresie współpracy z biznesem, czy agencjami zewnętrznymi.

Trend roku

Wśród zaobserwowanych zmian i kierunków rozwoju kluczową sprawą wydaje się umiejętność kompleksowej obsługi wydarzenia. Stawia to podmioty zajmujące się organizacją tego typu imprez przed koniecznością łączenia doświadczeń z różnych obszarów. Jest to prawdopodobnie spowodowane ostatnim kryzysem finansowym zmuszającym klientów do poszukiwania oszczędności. Zamiast poszukiwać trzech wykonawców odpowiedzialnych np za PR, organizację wydarzenia oraz produkcję materiałów filmowych, lepiej znaleźć jednego, który profesjonalnie zajmie się wydarzeniem na tych wszystkich etapach. Ten sposób działania obserwowany do niedawna w większych agencjach staje się powoli standardem również dla tych mniejszych.

Kolejnym trendem utrzymującym się od jakiegoś czasu jest nastawienie na lokalność przy wyborze usług do obsługi i organizacji wydarzeń. Można to streścić następująco; imprezy organizowane przez firmy krakowskie, łódzkie czy wrocławskie wymagają lokalnego klimatu, a ten może być zapewniony jedynie dzięki podmiotom z regionu. Tyczy się to zarówno artystów jak i dostawców przekąsek. Jeżeli startujesz w przetargu, a jesteś z Warszawy, pomyśl raczej o konsorcjum z jedną z miejscowych firm. Choć pieniądz wydany po sąsiedzku szybciej do nas powraca, należy zastanowić się, czy taka sytuacja w dłuższej perspektywie czasu nie spowoduje spadku jakości usług. Brak przepływu osób i trendów nie sprzyja rozwojowi, a w sytuacji ekstremalnej prowadzi do zaściankowości. Zjawisko nastawienia na lokalność daje się również zauważyć w kulturze, gdzie działalność „artystów lokalnych” pracujących ze społecznością miasteczka, bloku czy wybranej ulicy coraz częściej staje się przedmiotem zainteresowania instytucji sztuki. Ale tu należy się tylko z tego cieszyć.

Mój biznes

Miniony rok upłynął nam na rozpoznawaniu nowego obszaru, jakim jest współpraca przy organizacji wydarzeń kulturalnych. Przykładem może być tutaj warszawski Festiwal Singera, którego obsługa z pewnością przysłużyła się do zdobycia cennego doświadczenia. Nowy obszar

działania sprzyja wynajdowaniu nowych strategii, co przekłada się na rozwój. Na fali trendów, od tego roku zajmujemy się również PR-em zarówno kulturalnym, jak i produktowym. Wszystko to sprawia, że w Rebelia Media nieustannie się rozwijamy, poszukujemy nowej energii i nowych współpracowników.