

2030

PRZYSZŁOŚĆ EVENTÓW



pracownia
gier szkoleniowych

SPIIS TREŚCI

CO CZEKA BRANŻĘ EVENTOWĄ?

JAK KORZYSTAĆ Z RAPORTU

14 KLUCZOWYCH TRENDÓW EVENTOWYCH

<u>TREND 1 Kompensacja śladu węglowego</u>	<u>str. 8</u>
<u>TREND 2 Eventy w dobie pracy zdalnej i hybrydowej</u>	<u>str. 11</u>
<u>TREND 3 Własne obiekty eventowe</u>	<u>str. 16</u>
<u>TREND 4 Ochrona danych osobowych</u>	<u>str. 20</u>
<u>TREND 5 Eventy zero-waste</u>	<u>str. 24</u>
<u>TREND 6 Globalne vs lokalne eventy</u>	<u>str. 28</u>
<u>TREND 7 Eventy personalizowane</u>	<u>str. 31</u>
<u>TREND 8 Identyfikatory NFC i RFID</u>	<u>str. 34</u>
<u>TREND 9 Personalizacja doświadczeń</u>	<u>str. 37</u>
<u>TREND 10 Strefy relaksu i wellness</u>	<u>str. 41</u>
<u>TREND 11 Grywalizacja eventów</u>	<u>str. 45</u>
<u>TREND 12 Catering przyszłości</u>	<u>str. 51</u>
<u>TREND 13 Hologramy na scenie</u>	<u>str. 55</u>
<u>TREND 14 Eventy społecznie zaangażowane</u>	<u>str. 59</u>

PUBLIKACJA POWSTAŁA DZIĘKI WSPÓŁPRACY PRACOWNI GIER SZKOLENIOWYCH I GAME CHANGERS ACADEMY



**pracownia
gier szkoleniowych**

Pracownia Gier Szkoleniowych

wspiera budowanie zaangażowanych zespołów wykorzystując do tego autorskie gry i ćwiczenia szkoleniowe.

Wspólne granie to najbardziej naturalna forma zabawy i budowy więzi, cementowania wspólnoty. Ludzkość grała nim zaczęła stosować pismo.

Od 2004 roku zmienia firmowe eventy, konferencje, spotkania świąteczne, kwartalne, wyjazdy integracyjne, procesy onboardingowe w emocjonujące zespołowe przeżycia.

Team building na światowym poziomie.



**GAME
CHANGERS
ACADEMY**

Game Changers Academy

dostarcza transformacyjne doświadczenia rozwojowe dla liderów zmian i game changerów.

Specjalizuje się w wydarzeniach takich jak: akademie leaderskie, kompaktowe Power Shoty dla managerów: angażujące spotkania top kadry. Dla tych, którzy chcą kreować rzeczywistość, a nie podążać utartymi schematami.

W eventach GCA regularnie pojawiają się gry managerskie, które pełnią rolę symulatorów lotów dla kadry zarządzającej.



2030

CO CZEKA BRANŻĘ EVENTOWĄ?

Branża eventowa jest jak żywy organizm – stale się rozwija, zmienia kształt i adaptuje do nowych wyzwań. To, co dziś jest nowinką, jutro może być standardem, a za rok? Może stać się przestarzałe. Dlatego organizatorzy wydarzeń, którzy chcą być o krok przed konkurencją, muszą nie tylko obserwować trendy, ale wręcz **przewidywać je i umiejętnie wdrażać w swoich eventach**.

Nowe technologie, innowacyjne rozwiązania i zmieniające się oczekiwania uczestników **mogą realnie wpłynąć na sukces wydarzenia**. Świat idzie do przodu, a uczestnicy stają się coraz bardziej wymagający. Jeśli event nie angażuje, nie zaskakuje i nie daje wartościowego doświadczenia – szybko zniknie w tłumie innych ofert.

W najbliższych latach **przygotowanie eventów będzie wymagało jeszcze większej elastyczności i kreatywności**. Uczestnicy oczekują, że wydarzenia będą **bardziej interaktywne, lepiej dopasowane do ich potrzeb i po prostu wygodniejsze**. Chcą mieć wybór – od tego, na które panele pójdą, przez sposób interakcji z innymi, aż po to, co zjedzą w lunchowej przerwie. W świecie, gdzie personalizacja jest na wyciągnięcie ręki w każdej aplikacji i serwisie streamingowym, eventy nie mogą pozostawać w tyle.

Kolejna kluczowa kwestia? **Technologia**. AI, grywalizacja, personalizowane ścieżki uczestnictwa – wszystko to nie jest już futurystyczną wizją, ale realnymi narzędziami, które **organizatorzy mogą i powinni wdrażać już teraz**. Oczekiwania rosną, a eventy muszą nadążać.

I tu pojawia się kolejne wyzwanie: **równowaga między technologią a ludzkim doświadczeniem**. Możemy wdrożyć najlepsze systemy, ale jeśli uczestnicy nie poczują emocji, nie przeżyją czegoś wyjątkowego – to nadal będzie tylko „kolejne wydarzenie”. A przecież nie o to chodzi.

Nie wystarczy już dobra agenda i ciekawy prelegent – liczy się **doświadczenie, interakcja i wrażenia, które zostaną z uczestnikami na długo po zakończeniu wydarzenia**.

Kto to zrozumie i zacznie działać już teraz, ten wygra.



JAK POWSTAŁ TEN RAPORT?

Jako Pracownia Gier Szkoleniowych współpracujemy branżą MICE od 2004 roku. Aktywnie uczestniczymy w projektach realizowanych przez agencje eventowe, ale także klientów docelowych z firm i korporacji. Regularnie pytamy klientów o ich oczekiwania i potrzeby dotyczące eventów. W przygotowaniu tego opracowania skorzystaliśmy z własnych danych dotyczących realizacji u naszych klientów i zapytań ofertowych oraz z międzynarodowych badań. Uzupełnieniem całości, były dane zebrane podczas sesji warsztatowej **Forecast2030**, która odbyła się w ramach **The Breakfast Club, organizowanego przez SEN Events**. Jako partnerzy merytoryczni tego spotkania, odpowiadaliśmy za przygotowanie i przeprowadzenie badania prognozującego kierunki rozwoju branży eventowej.

CEL BADANIA

Badanie miało na celu poznanie sposobu myślenia przedstawicieli branży o jej przyszłości oraz stworzenie narzędzia wspierającego firmy w planowaniu strategicznym. Połączenie opinii ekspertów z analizą zewnętrznych danych pozwala spojrzeć na nadchodzące zmiany nie tylko jako na zestaw intuicji, lecz jako mapę możliwych kierunków rozwoju rynku MICE do 2030 roku.

PRZYGOTOWANIE TRENDÓW

Nasz zespół zebrał 50 potencjalnych scenariuszy przyszłości, analizując raporty branżowe, publikacje dotyczące technologii i zrównoważonego rozwoju oraz własne doświadczenia wyniesione z projektów eventowych.

W drugim etapie eksperci zredukowali listę do 25 scenariuszy, a następnie – po kolejnej rundzie selekcji – wybrali 14 najbardziej istotnych i nieoczywistych trendów, które stały się podstawą badania.



W sesji Forecast2030 uczestniczyło 58 przedstawicieli branży eventowej i MICE, reprezentujących różne firmy, poziomy stanowisk i miasta.

ANALIZA DANYCH

Raport prezentuje wyniki głosowania indywidualnego jako najbardziej diagnostycznego wskaźnika rzeczywistych przekonań uczestników.

Komentarze, interpretacje i opisy trendów zostały przygotowane przez zespół psychologów, socjologów, specjalistów marketingu oraz psychologii biznesu Pracowni Gier Szkoleniowych. Każdy trend został dodatkowo osadzony w kontekście branżowym poprzez analizę raportów rynkowych, badań firm zewnętrznych oraz publikacji naukowych (pełna bibliografia znajduje się na końcu raportu).

JAK KORZYSTAĆ Z RAPORTU?

Ten raport pomoże Ci lepiej zrozumieć, w którą stronę zmierza branża eventowa i jak dostosować do tego swoje wydarzenia. Aby ułatwić Ci pracę, każdy trend został oznaczony jednym z trzech poziomów istotności:

MUST-HAVE (STANDARD BRANŻOWY)

to trendy, które **już teraz odgrywają kluczową rolę** w branży eventowej. Jeśli chcesz organizować wydarzenia na najwyższym poziomie i spełniać oczekiwania uczestników, nie możesz ich ignorować. To standardy, które warto wdrażać od zaraz.

EMERGING (TREND NA HORYZONCIE)

wschodzące trendy, które **zyskują na znaczeniu** i w ciągu najbliższych lat mogą stać się dominującymi elementami eventów. Warto je śledzić i zacząć eksperymentować z ich wdrażaniem, aby nie zostać w tyle, gdy wejdą do mainstreamu.

HYPE (TREND EKSPERYMENTALNY)

innovacyjne, ale wciąż kontrowersyjne lub kosztowne rozwiązania, które **mają potencjał**, ale ich przyszłość nie jest jeszcze pewna. Mogą stać się przełomem w branży albo tylko chwilową modą. Warto je obserwować, ale niekoniecznie od razu wdrażać na szeroką skalę.



Każdy trend w raporcie zawiera **konkretne wskazówki i inspiracje**, jak można go wykorzystać w praktyce. Dzięki temu łatwo ocenisz, które z nich mają **największe znaczenie dla Twoich wydarzeń** i na czym **warto skupić się w strategii na najbliższe lata**.



FORECAST2030

FORMAT BUDUJĄCY ENERGIE WOKÓŁ TEMATÓW BRANŻOWYCH



Forecast pozwala organizacjom myśleć o przyszłości w sposób bardziej świadomy, odważny i wielowymiarowy. Sprawdza się wszędzie tam, gdzie potrzebne jest poszerzenie perspektywy, synchronizacja zespołu i przygotowanie na zmienność.

Planowanie strategiczne w niepewnych czasach

Kiedy firma mierzy się z dynamicznie zmieniającym się otoczeniem i potrzebuje spojrzenia w przyszłość, Forecast pozwala zespołom wyjść poza utarte schematy i zobaczyć różne możliwe scenariusze rozwoju. Forecast pomaga poszerzyć perspektywę, rozwijać „future literacy” i przygotować organizację na nieprzewidywalność.



Transformacja organizacyjna

W czasie zmian – takich jak digitalizacja, reorganizacja czy zmiana modelu pracy – ważne jest wspólne zrozumienie kierunku i zaangażowanie pracowników. Forecast wspiera proces transformacji poprzez eksplorowanie możliwych wersji przyszłości firmy i zwiększa gotowość zespołu do adaptacji.



Budowanie odporności i adaptacyjności

Organizacje działające w zmiennym otoczeniu potrzebują wzmacniać zdolność do reagowania na nowe wyzwania. Forecast pomaga trenować elastyczność, myślenie systemowe i gotowość działania w różnych scenariuszach – dzięki czemu zespoły lepiej radzą sobie z przyszłymi wyzwaniami.



Chcesz przeprowadzić Forecast dla swojej branży lub organizacji?

Napisz do nas – przygotujemy sesję dopasowaną do Twojego rynku, wyzwań i zespołu: marketing@pracowniagier.com



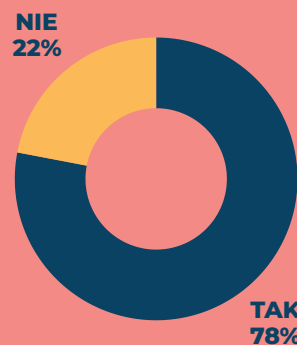


TREND: MUST-HAVE (STANDARD BRANŻOWY)



Zero tolerancji dla eventów bez ekologii – kompensacja śladu węglowego stanie się obowiązkiem

W ciągu najbliższych 5 lat firmy będą zobowiązane do kompensacji śladu węglowego swoich wydarzeń z karami dla tych, którzy nie spełniają kryteriów zrównoważonego rozwoju.



W obliczu coraz bardziej rygorystycznych regulacji dotyczących zrównoważonego rozwoju firmy **nie mają już wyboru – muszą działać ekologicznie**. Kompensacja emisji CO₂ i wdrażanie zielonych rozwiązań to **nie tylko marketing, ale konieczność**.

O co chodzi?

W ciągu najbliższych pięciu lat organizatorzy eventów nie będą już mogli ignorować kwestii ekologii. Firmy będą **zobowiązane do kompensacji śladu węglowego swoich wydarzeń**, a te, które nie spełnią kryteriów zrównoważonego rozwoju, mogą się spodziewać kar.

Brzmi poważnie? **Aż 78% ekspertów, z którymi rozmawialiśmy, uważa, że to przyszłość branży.**

Jeszcze niedawno zrównoważone eventy były postrzegane jako **miły dodatek, bonus dla wizerunku**. Teraz? **To nie wybór – to konieczność**. Unia Europejska już wprowadza regulacje zmuszające firmy do raportowania emisji CO₂, a ESG (czyli zasady dotyczące zrównoważonego rozwoju) stały się nowym biznesowym „być albo nie być”. Jeśli firma nie pokaże, że działa ekologicznie – może mieć problem nie tylko z reputacją, ale też z budżetem (np. wyższymi podatkami czy ograniczonym dostępem do finansowania).

Trend 1: Zero tolerancji dla eventów bez ekologii – kompensacja śladu węglowego stanie się obowiązkiem



CZY TO CHWILOWA MODA?

Nie, to poważna zmiana, która zostanie z nami na długo. Firmy będą musiały udowodnić, że ich eventy nie zostawiają po sobie śladu. W grę wchodzi pomiary emisji, raportowanie i aktywna kompensacja – czyli nie tylko zmniejszanie śladu węglowego, ale też działania naprawcze (np. inwestowanie w projekty ekologiczne).

CO NAPĘDZA TEN TREND?

- **NOWE REGULACJE** - np. Unia Europejska i Wielka Brytania już teraz wprowadzają przepisy wymagające raportowania emisji i podejmowania działań redukcyjnych.
- **PRESJA KLIENTÓW I INWESTORÓW** - zrównoważone wydarzenia to nie fanaberia, ale coraz częściej warunek współpracy.
- **WZROST ŚWIADOMOŚCI SPOŁECZNEJ** - uczestnicy eventów coraz chętniej wybierają firmy, które faktycznie dbają o planetę.

KTO JUŻ TO ROBI?

 **GOOGLE** – wprowadziło obowiązkową politykę zero-waste dla swoich konferencji, dzięki czemu zredukowano ilość odpadów o 80%.

 **MASTERCARD** – dokładnie przeanalizowało ślad węglowy swoich eventów i zmodyfikowało zasady organizacji, żeby ograniczyć emisję podróży służbowych.

 **GIVSLY** – po dokładnej analizie okazało się, że aż 95% emisji eventowych pochodzi z transportu uczestników. Dlatego firma wdrożyła politykę pierwszeństwa dla wydarzeń lokalnych oraz stworzyła zachęty do wyboru bardziej ekologicznych form podróży.



Trend 1: Zero tolerancji dla eventów bez ekologii – kompensacja śladu węglowego stanie się obowiązkiem



JAK PRZYGOTOWAĆ SIĘ NA ZMIANY I NIE DAĆ SIĘ ZASKOCZYĆ?

Żeby nie obudzić się z ręką w (plastikowym) kubku, **warto już teraz zacząć działać**. Oto kilka kroków, które pozwolą Ci zorganizować event zgodnie z trendem:

✚ **Zmierz swój ślad węglowy** – bez liczb nie ma działania! Sprawdź, jakie są największe źródła emisji: transport, catering, dekoracje? Możesz skorzystać z narzędzi takich jak Event Carbon Calculator, które pomogą w precyzyjnych obliczeniach.

✚ **Redukuj, zanim zaczniesz kompensować** – offsetowanie emisji to świetna sprawa, ale najpierw warto **minimalizować to, co da się ograniczyć**. Wybieraj dostawców z certyfikatami ekologicznymi, zrezygnuj z plastikowych gadżetów i zaproponuj gościom transport publiczny lub wspólne przejazdy.

✚ **Zadbaj o kompensację** – jeśli nie da się uniknąć emisji, zadbaj o ich zrównoważenie. Możesz np. inwestować w sadzenie drzew lub wspierać inicjatywy związane z odnawialnymi źródłami energii. Warto korzystać z certyfikowanych programów, żeby mieć pewność, że pieniądze faktycznie idą na dobre cele.

✚ **Poinformuj uczestników o swoich działaniach** – ludzie lubią wiedzieć, że uczestniczą w czymś wartościowym. Możesz np. stworzyć zieloną mapę eventu, na której pokażesz, jakie rozwiązania proekologiczne zostały wdrożone i jak osoby uczestniczące mogą włączyć się w akcję.

CO WARTO ZAPAMIĘTAĆ?

- ✓ **Eventy bez działań proekologicznych odejdą do lamusa** – jeśli nie zadasz o ślad węglowy, możesz wkrótce mieć problem nie tylko z reputacją, ale i z regulacjami.
- ✓ **Lepiej zacząć teraz niż czekać na kary** – firmy, które podejmą działania szybciej, zdobędą przewagę konkurencyjną.
- ✓ **Ekologia w eventach to nie koszt, a inwestycja** – długofalowo pozwala na oszczędności (np. dzięki mniejszej ilości odpadów czy tańszemu transportowi).

Świat eventów zmienia się na naszych oczach – jeśli podejdziesz do tego sprytnie, możesz być liderem, a nie spóźnialskim goniącym regulacje.

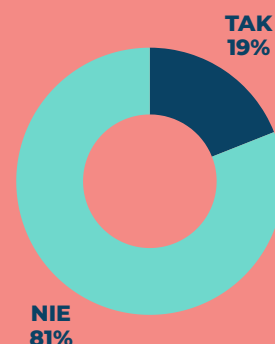


TREND: MUST-HAVE (STANDARD BRANŻOWY)



Praca zdalna NIE zabije eventów – wręcz przeciwnie!

W ciągu najbliższych 5 lat praca zdalna i narzędzia do wirtualnej współpracy zmniejszą potrzebę fizycznych wydarzeń biznesowych, prowadząc do znacznego spadku ich częstotliwości i skali.



Mimo rozwoju narzędzi do wirtualnej współpracy **spotkania twarzą w twarz nadal mają ogromną wartość**, zwłaszcza w budowaniu relacji i networkingu. Firmy **nadal będą inwestować w eventy na żywo**, ale te będą bardziej przemyślane i wartościowe.

O co chodzi?

W świecie, gdzie wideokonferencje, Slacki i Teamsy stały się normą, ktoś mógłby pomyśleć, że firmy zaczną rezygnować z fizycznych spotkań na rzecz tańszych, wygodniejszych eventów online. **Otóż nie! Aż 81% zapytanych ekspertów uważa, że praca zdalna wcale nie zmniejszy potrzeby organizowania wydarzeń na żywo** – i to jest wiadomość, którą warto dobrze przemyśleć.

Dlaczego?

Bo człowiek to jednak istota społeczna. Możemy pracować zdalnie, pisać wiadomości i klikać „unmute” na Zoomie, ale **nic nie zastąpi spotkań twarzą w twarz**, gdzie można naprawdę pogadać, poczuć atmosferę i nawiązać relacje, które przetrwają dłużej niż czas spędzony w „wirtualnym pokoju”.

Trend 2: Praca zdalna NIE zabija eventów – wręcz przeciwnie!



CZY TO CHWILOWA MODA?

Nie, to **stały i ewolucyjny trend**. Owszem, świat przeszedł rewolucję zdalną, ale jednocześnie ludzie **doceniają eventy stacjonarne jeszcze bardziej niż wcześniej**. Przez długi czas byliśmy zamknięci w domach, zmęczeni patrzeniem w ekran – a teraz?

Spotkania na żywo wracają w wielkim stylu.

CO SPRAWIA, ŻE STACJONARNE EVENTY NADAL RZĄDZĄ?

- **BUDOWANIE RELACJI NA SERIO** – online możemy wymieniać się mailami, ale prawdziwa współpraca rodzi się podczas nieformalnych rozmów przy kawie, w przerwie na konferencji czy podczas wspólnej burzy mózgów.
- **WIĘKSZE ZAANGAŻOWANIE I KREATYWNOSĆ** – nic nie pobudza wyobraźni tak jak inspirujące wystąpienia na żywo i networking w realnym świecie.
- **KULTURA ORGANIZACYJNA POTRZEBUJE SPOTKAŃ** – firmy, które przechodzą na model hybrydowy, zauważają, że pracownicy potrzebują chociaż kilku eventów w roku, żeby czuć się częścią zespołu.

KTO JUŻ TO ROBI?

 **Salesforce** – organizuje wielkie konferencje, ale daje uczestnikom wybór: możesz być na miejscu albo oglądać transmisję w wersji premium. Hybryda, ale dobrze zrobiona!

 **Google** – zamiast tradycyjnych wydarzeń, stawia na eksperymentalne formaty, które integrują ludzi i inspirują do działania, np. mini-hackathony i immersyjne panele dyskusyjne.

 **LinkedIn** – na swoich eventach łączy networking online z małymi, kameralnymi spotkaniami w realu, żeby ludzie mieli szansę poznać się w mniej formalnej atmosferze.





AGNIESZKA DĄBROWSKA

DYREKTORKA DZIAŁU REALIZACJI
PRACOWNI GIER SZKOLENIOWYCH

...fizyczne eventy stają się nie tylko okazją do przekazania wiedzy, ale przede wszystkim do budowania relacji, zacieśniania więzi zespołowych i tworzenia poczucia wspólnoty.

W kontekście wydarzeń biznesowych rozwój pracy zdalnej i narzędzi do wirtualnej współpracy rzeczywiście wpływa na zmiany w ich organizacji. Już w 2024 zauważyliśmy w firmie zmniejszenie zamówień na duże eventy na rzecz mniejszych, bardziej kameralnych wydarzeń. Zmniejszenie skali eventów wydaje się naturalnym efektem rosnącej popularności komunikacji online, która pozwala na szybkie przekazywanie informacji i efektywną współpracę bez konieczności fizycznego spotkania.

Nie oznacza to jednak, że potrzeba organizowania wydarzeń na żywo zniknie całkowicie. Wręcz przeciwnie — te spotkania mogą zyskać jeszcze większą wartość, ponieważ będą pełnić inną funkcję niż dotychczas. W świecie zdominowanym przez zdalne narzędzia, fizyczne eventy stają się nie tylko okazją do przekazania wiedzy, ale przede wszystkim do **budowania relacji, zacieśniania więzi zespołowych i tworzenia poczucia wspólnoty.**

Spotkania twarzą w twarz **sprzyjają zaufaniu, spontanicznym interakcjom i wymianie pomysłów** — elementom trudnym do odtworzenia w przestrzeni wirtualnej. Dodatkowo, trend związany z rosnącym poczuciem izolacji w pracy zdalnej sprawia, że spotkania na żywo mogą stać się kluczowe dla dobrostanu pracowników. Brak bezpośrednich kontaktów w dłuższej perspektywie prowadzi do osłabienia więzi i poczucia alienacji, co negatywnie wpływa na motywację i efektywność pracy. Eventy integracyjne, warsztaty czy konferencje stają się zatem nie tylko platformą do wymiany wiedzy, ale również sposobem na przeciwdziałanie temu zjawisku.

W przyszłości firmy prawdopodobnie będą organizować **mniej liczne, ale bardziej wartościowe wydarzenia**, które będą nastawione na integrację, budowanie relacji i autentyczne doświadczenia. Dobre zaplanowanie takich spotkań stanie się kluczowym elementem strategii biznesowej, wspierając nie tylko efektywność zespołów, ale także ich zaangażowanie i poczucie wspólnoty.

Trend 2: Praca zdalna NIE zabije eventów – wręcz przeciwnie!

CO TO OZNACZA DLA EVENTÓW?

Fizyczne wydarzenia nigdzie się nie wybierają, ale ich formaty ewoluują. **Nie chodzi o to „czy” organizować eventy na żywo, ale „jak” je robić, żeby pasowały do nowej rzeczywistości.**

✚ **Hybrydowa rewolucja** – organizatorzy nie rezygnują z eventów offline, ale rozszerzają je o elementy online, by dotrzeć do większej liczby uczestników. Możesz być na konferencji fizycznie, ale mieć dostęp do jej części w formie streamingu.

✚ **Eventy z misją** – jeśli już wychodzimy z domu, to chcemy, żeby to było warte zachodu. Konferencje i spotkania biznesowe stają się bardziej immersyjne, inspirujące i dostosowane do realnych potrzeb uczestników.

✚ **Eksperymentowanie z formatami** – klasyczne panele dyskusyjne? To już za mało. Firmy idą w interaktywne warsztaty, „unconference” (gdzie to uczestnicy decydują, o czym będą rozmawiać) i eventy łączące edukację z doświadczeniami (np. team-building w escape roomach zamiast nudnych prezentacji).

CO WARTO ZAPAMIĘTAĆ?

- ✓ Praca zdalna nie zastąpi eventów – wręcz przeciwnie, sprawia, że są bardziej wartościowe.
- ✓ Firmy będą organizować mniej, ale lepiej zaplanowane spotkania na żywo, które naprawdę angażują.
- ✓ Hybrydowe formaty to przyszłość – kluczem jest umiejętne połączenie online i offline.

Nie ma co się bać, że eventy znikną – po prostu **muszą się dostosować**. Jeśli masz pomysł na spotkanie, które ludzie zapamiętają, to **wciąż jest na nie ogromne zapotrzebowanie**. Bo choć technologia jest super, to najlepsze biznesy i relacje nadal powstają w świecie rzeczywistym.

2



senevents



PROJEKTUJEMY NIEZAPOMNIANE WYDARZENIA DLA WYMAGAJĄCYCH KLIENTÓW.

SEN i MOON to dwa unikalne kluby nad brzegiem Wisły, oferujące łącznie 1000 m² nowoczesnej przestrzeni eventowej, w których kreatywność spotyka się z funkcjonalnością. Tworzymy miejsca dopasowane do różnorodnych wydarzeń — od konferencji i premier po gale i eventy firmowe.

SEN

- 350 m² powierzchni + całoroczny taras 150 m²
- Panoramiczne okna z widokiem na Wisłę
- 10-metrowy bar i profesjonalna kuchnia
- System nagłośnieniowy Void Acoustics, oświetlenie klubowe
- Klimatyzacja, wentylacja, Wi-Fi

Skontaktuj się z nami!
event@senevents.pl

Nasze koncepty łączą design, gastronomię i technologię, oferując kompleksowe zaplecze i profesjonalne wsparcie. Działamy w duchu zrównoważonego rozwoju, elastycznie dostosowując menu i ilość posiłków, ograniczając nadwyżki i stawiając na dania roślinne oraz rozwiązania przyjazne środowisku.

MOON

- 350 m² powierzchni z możliwością pełnego zaciemnienia
- Panoramiczne okna z widokiem na Wisłę
- Aranżacja: klubowa, konferencyjna, gala dinner
- Nagłośnienie Void Acoustics, oświetlenie Portman Lights
- Projektor i ekran 3x2 m, kuchnia i bar, Wi-Fi, klimatyzacja

SEN EVENTS
ul. Wioślarska 6, Warszawa

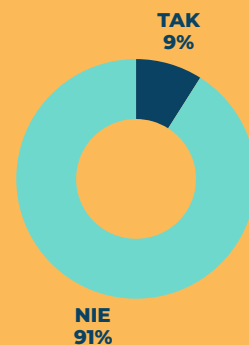


TREND: EMERGING (NA HORYZONCIE)

3

**Własne obiekty eventowe?
Firmy mówią:
"Nie, dziękujemy!"**

W ciągu najbliższych 5 lat korporacje zainwestują w posiadanie własnych obiektów eventowych, zmniejszając zależność od zewnętrznych miejsc i kontrolując całe doświadczenie wydarzenia.



Pomysł posiadania przez firmy własnych przestrzeni eventowych **nie jest jeszcze powszechny i nieprędko się stanie normą**. Zewnętrzne obiekty nadal są bardziej elastyczne i ekonomiczne.

O co chodzi?

Brzmi jak marzenie event managera: korporacje budują własne centra konferencyjne, żeby uniezależnić się od wynajmu zewnętrznych miejsc, mieć wszystko pod kontrolą i oszczędzać na organizacji wydarzeń. **Tylko że... to się raczej nie wydarzy. Aż 91% ekspertów uważa, że firmy nie pójdą w tym kierunku w ciągu najbliższych pięciu lat.**

I trudno się dziwić. **Budowa i utrzymanie własnej przestrzeni eventowej to ogromny koszt, a firmy wolą elastyczność** – wynajmowanie różnych miejsc w zależności od charakteru wydarzenia. Po co mieć własną halę czy centrum konferencyjne, skoro można wynająć idealną przestrzeń, kiedy jest potrzebna i nie martwić się o jej zarządzanie przez resztę roku?

Trend 3: Własne obiekty eventowe? Firmy mówią: "Nie, dziękujemy!"

3

CZY TO CHWILOWA MODA?

Jeśli jakaś firma już buduje własne miejsce eventowe, to **raczej wyjątek niż trend**. Inwestowanie we własne przestrzenie ma sens dla gigantów organizujących ogromne eventy co tydzień, ale **dla większości firm to finansowe szaleństwo**. Dlatego nadal będą wybierać **elastyczne rozwiązania**: wynajem hoteli, centrów konferencyjnych, loftów, teatrów, a nawet przestrzeni plenerowych.

CO SPRAWIA, ŻE FIRMY NIE RZUCA SIĘ NA BUDOWANIE WŁASNYCH OBIEKTÓW?

- **KOSZTY, KOSZTY I JESZCZE RAZ KOSZTY** – postawienie własnej przestrzeni eventowej to milionowe wydatki, a później trzeba jeszcze ją utrzymać i zapewnić pełną obsługę.
- **FIRMY POTRZEBUJĄ RÓŻNORODNOŚCI** – konferencja w stylu TED? Może elegancki hotel. Warsztaty kreatywne? Loft z industrialnym klimatem. A impreza firmowa? Może dach wieżowca albo urocza leśna polana. Posiadanie jednej przestrzeni na wszystko... to trochę jak jedzenie przez całe życie jednej potrawy.
- **OUTSOURCING SIĘ OPŁACA** – zewnętrzne obiekty eventowe mają gotową infrastrukturę, profesjonalną obsługę i doświadczenie. Wynajem jest po prostu wygodniejszy niż samodzielne zarządzanie wszystkim.



Trend 3: Własne obiekty eventowe? Firmy mówią: "Nie, dziękujemy!"

3

CO TO OZNACZA DLA BRANŻY EVENTOWEJ?

Firmy nie będą budować własnych obiektów, ale **będą oczekiwać więcej od tych, które wynajmują.**

✦ **Lepsza personalizacja przestrzeni** – klienci chcą, żeby wynajmowane miejsca mogły się łatwo dostosować do ich wizji (od brandingu po nietypowe ustawienia).

✦ **Długoterminowe partnerstwa** – firmy coraz częściej wiążą się z konkretnymi miejscami na dłużej, zamiast za każdym razem szukać nowego obiektu.

✦ **Elastyczność i nowoczesna technologia** – szybki dostęp do transmisji online, ekologiczne rozwiązania, inteligentne systemy zarządzania wydarzeniem – to wszystko będzie kluczowe przy wyborze miejsca.

CO WARTO ZAPAMIĘTAĆ?

- ✓ Firmy nie będą budować własnych centrów eventowych – to za drogie i za mało elastyczne.
- ✓ Wynajem zewnętrznych przestrzeni nadal będzie standardem, ale firmy będą oczekiwać większej elastyczności i innowacyjnych rozwiązań.
- ✓ Obiekty eventowe, które dostosują się do nowych wymagań, wygrają przyszłość.



Więc jeśli boisz się, że wkrótce wszystkie eventy przeniosą się do „korporacyjnych eventowych wieżowców” – możesz odetchnąć. Branża eventowa nadal będzie różnorodna, dynamiczna i otwarta na nowe pomysły.

TEAMBUILDING

KTÓRY WZMACNIA RELACJE

Nie chodzi o to, żeby się tylko „integrować”. Chodzi o to, żeby poczuć, że naprawdę tworzycie zespół.

Zaprojektujemy dla Ciebie doświadczenie, które połączy ludzi: przez emocje, wyzwania i wspólne decyzje. To nie będzie zwykła gra. To będzie relacyjny fundament na kolejne miesiące współpracy.



HONEY RUSH

Porozumienie “w locie”, szybkie budowanie zaufania.



THE TREE OF LIFE

Odkrywanie wartości i siły różnorodności w zespole. Nawet do 2000 osób.



OLIMPIADA WSPÓŁPRACY

Zabawa i rywalizacja, która łączy, zamiast dzielić.



COSMOPOLIS

Łączy zespoły wokół wspólnej wizji i współpracy ponad podziałami.



Integracje i spotkania firmowe
dla Twojego zespołu



pracownia
gier szkoleniowych

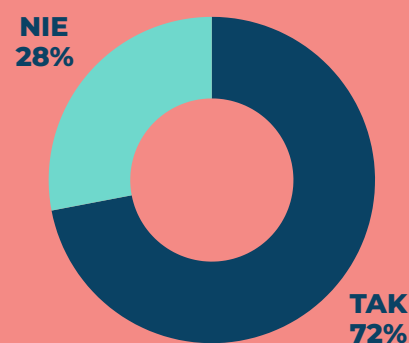


TREND: MUST-HAVE (STANDARD BRANŻOWY)



Prywatność na pierwszym planie – koniec dzikiego zachodu w zbieraniu danych na eventach

W ciągu najbliższych 5 lat, w miarę jak zbieranie danych na wydarzeniach stanie się bardziej zaawansowane, obawy dotyczące prywatności doprowadzą do wprowadzenia surowych regulacji, dramatycznie zmieniając sposób zbierania i wykorzystywania danych uczestników.



Zbieranie danych uczestników staje się coraz bardziej zaawansowane, ale **nowe regulacje wymuszą na organizatorach większą transparentność i zabezpieczenia. Bezpieczeństwo danych to już nie opcja, a obowiązek.**

O co chodzi?

Eventy to nie tylko świetne prelekcje, networking i dobra kawa, ale też... **kopalnia danych o uczestnikach**. Organizatorzy chcą wiedzieć, kto przychodzi, czego szuka, ile czasu spędza na konkretnych panelach, z kim się spotyka – a w tle pracują systemy, które **zbierają te informacje i analizują je** na wszystkie możliwe sposoby.

Ale uwaga! Czasy swobodnego zbierania danych mogą się kończyć. Aż 72% ekspertów przewiduje, że w ciągu najbliższych 5 lat pojawią się **surowe regulacje**, które drastycznie zmienią zasady gry.



FILIP WALICKI

DYREKTOR PROGRAMOWY
DS. KONFERENCJI CYBERSECURITY, EVENTION

“...cyberbezpieczeństwo to nie jedynie koszt, ale przede wszystkim zapewnienie ciągłego działania firmie oraz bezpieczeństwo danych...”

Obecnie organizacje zajmujące się tworzeniem i organizacją konferencji oraz innych eventów biznesowych zmieniły swoje przyzwyczajenia po wprowadzeniu w życie RODO. Nie mam wątpliwości, że każda firma eventowa powinna być pod tym względem bardzo uwrażliwiona, ponieważ **to, co dostarczamy naszym partnerom to nie tylko piękne oprawy naszych wydarzeń, znakomici eksperci i dodatkowe atrakcje czekające na uczestników, a przede wszystkim dane marketingowe – zebrane legalnie i przekazane partnerom zgodnie z obowiązującym prawem.**

Jednak **sama forma zbierania danych, która uległa zmianie oraz zbieranie zgód na ich przetwarzanie to nie wszystko.** W dzisiejszych czasach zmagamy się z coraz to większą liczbą ataków hackerskich na infrastrukturę IT. Wprowadzanie kolejnych aktów prawnych zapewne będzie miało miejsce - już obecnie część firm podlega pod Ustawę o Krajowym Systemie Cyberbezpieczeństwa, a niebawem jej nowelizację, która zwiększy liczbę objętych nią podmiotów z kilkuset do kilkunastu lub nawet kilkudziesięciu tysięcy przedsiębiorstw.

Dlatego myśląc o bezpieczeństwie danych naszych uczestników normą jest, że posługujemy się zapisami RODO, ale to nie wystarczy. Jako przedsiębiorcy pracujący na danych **jesteśmy odpowiedzialni za ich odpowiednie zabezpieczenie.** Myślę, że w przyszłości świadomość zagrożeń bezpieczeństwa IT będzie wzrastała i coraz więcej przedsiębiorców zauważy, że cyberbezpieczeństwo to nie jedynie koszt, ale przede wszystkim zapewnienie ciągłego działania firmie oraz bezpieczeństwo danych naszych uczestników wydarzeń, prelegentów i partnerów przed niepowołanym ich wykradzeniem i co gorsza upublicznieniem. Obecnie branże takie jak finanse, czy bankowość mogą pochwalić się wysokim poziomem świadomości i zaawansowania technicznego w sprawach bezpieczeństwa danych swoich klientów i zapewne mogą być wzorem dla innych.

My jako eventowcy, których praca oparta jest na ludziach, a co za tym idzie na ich danych personalnych, powinniśmy **dążyć do jak najlepszego zabezpieczenia zasobów IT naszych przedsiębiorstw przed atakami cyberprzestępców.** Dzięki temu nasz biznes oprze się zakłóceniom w ciągłości działania, a nasi partnerzy i uczestnicy będą mieli poczucie, że **bezpieczeństwo ich danych jest dla nas priorytetem.**

Trend 4: Prywatność na pierwszym planie – koniec dzikiego zachodu w zbieraniu danych na eventach

4

CZY TO CHWIŁOWA PANIKA CZY FAKTYCZNA ZMIANA?

A może zmiana, która z nami zostanie?

To nie moda, to konieczność. Uczestnicy eventów coraz bardziej dbają o swoją prywatność i nie chcą być śledzeni jak paczki w systemie kurierskim. A że na całym świecie rośnie liczba incydentów związanych z wyciekami danych i nieautoryzowanym wykorzystywaniem informacji – regulatorzy wchodzą do gry. Czy będzie jak w Europie po wprowadzeniu RODO, gdzie każdy musiał klikać „Zgadzam się” na miliony pop-upów? Bardzo możliwe. Tyle, że tym razem regulacje pójdą o krok dalej – organizatorzy eventów mogą być zmuszeni do gruntownej zmiany podejścia do zbierania danych.

CO SIĘ ZMIENI?

- Koniec ze zbieraniem „na zapas” – tylko to, co absolutnie niezbędne.
- Więcej zgód i przejrzystości – uczestnicy muszą wiedzieć dokładnie, co dzieje się z ich danymi.
- Nowe standardy technologiczne – koniec z zapisywaniem danych „na potem”. Trzeba będzie je szybciej anonimizować lub kasować.
- Większa odpowiedzialność organizatorów – złe praktyki mogą oznaczać wysokie kary finansowe.

KTO JUŻ SIĘ DOSTOSOWAŁ?

 **Apple** – w swoich eventach mocno podkreśla, że nie śledzi użytkowników i daje im pełną kontrolę nad danymi.

 **TED Talks** – umożliwia uczestnikom pełną kontrolę nad swoimi informacjami, a dane nie są udostępniane partnerom bez wyraźnej zgody.

 **Festiwal muzyczny** – coraz częściej stosują dobrowolne rejestracje, gdzie uczestnicy sami decydują, czy chcą udostępniać swoje dane w zamian za personalizowane doświadczenia.



Trend 4: Prywatność na pierwszym planie – koniec dzikiego zachodu w zbieraniu danych na eventach

4

JAK PRZYGOTOWAĆ SIĘ NA TE ZMIANY?

Firmy organizujące eventy nie mogą już dłużej stosować podejścia „zobaczmy, co się da wyciągnąć”. Zamiast tego powinny już teraz zacząć działać:

- ✦ **Transparentność przede wszystkim** – informuj uczestników po co zbierasz ich dane i co z nimi robisz.
- ✦ **Opcjonalność zamiast przymusu** – zamiast „Musisz podać nam swoje dane, bo inaczej nie wejdiesz”, warto dawać opcję: „Podaj nam swoje dane, a w zamian dostaniesz coś ekstra”.
- ✦ **Bezpieczeństwo na poważnie** – szyfrowanie, zabezpieczenia, anonimizacja – to musi działać bez zarzutu, bo za wyciek danych można słono zapłacić.
- ✦ **Mniej znaczy więcej** – zamiast zbierać każdy możliwy szczegół, lepiej skupić się na danych, które **rzeczywiście przynoszą wartość**.

CO WARTO ZAPAMIĘTAĆ?

- ✓ **Prywatność uczestników stanie się kluczowym** elementem eventów – im szybciej się do tego dostosujesz, tym lepiej.
- ✓ **Regulacje będą coraz bardziej rygorystyczne** – zbieranie danych bez konkretnego celu się skończy.
- ✓ **Zaufanie uczestników** to waluta przyszłości – jeśli pokażesz, że dbasz o ich prywatność, wygrasz ich lojalność.

Era „zbierzmy wszystko i zobaczmy, co się przyda” właśnie dobiega końca. W zamian wchodzimy w świat **świadomego, odpowiedzialnego i transparentnego zarządzania danymi** – a to oznacza, że organizatorzy eventów muszą dostosować się do nowych zasad gry.





TREND: EMERGING (NA HORYZONCIE)

5

Zero waste na eventach – rewolucja czy mrzonka?

W ciągu najbliższych 5 lat większość globalnych wydarzeń osiągnie standard zero-waste, gdzie wszystkie materiały będą ponownie używane, przetwarzane lub kompostowane.



Choć wiele wydarzeń dąży do ograniczenia marnotrawstwa i produkcji odpadów, **pełna zero-waste logistyka wciąż wymaga inwestycji i czasu.** To trend, który będzie stopniowo wchodził na stałe do branży.

O co chodzi?

Wyobraź sobie **konferencję, po której nie zostaje ani jeden śmieć.** Żadnych plastikowych kubków, żadnych stosów ulotek, żadnych porzuconych identyfikatorów. Wszystko jest albo ponownie używane albo przetworzone albo kompostowane. Brzmi jak sen ekologów? Może. Ale coraz więcej firm i organizatorów wydarzeń rzeczywiście zmierza w tym kierunku.

53% ekspertów, z którymi rozmawialiśmy, wierzy, że w ciągu najbliższych pięciu lat większość globalnych wydarzeń osiągnie standard zero waste. A to oznacza jedno: brak odwrotu – przyszłość eventów jest zielona.



MONIKA KMER

MANAGER DS. KOMUNIKACJI, POLSKIE
STOWARZYSZENIE BUDOWNICTWA
EKOLOGICZNEGO PLGBC,
ODPOWIEDZIALNA M.IN. ZA PROGRAM
I ORGANIZACJĘ PLGBC GREEN BUILDING SUMMIT

Organizacja wydarzeń zgodnych z ideą zero waste to ambitne i bardzo potrzebne wyzwanie – szczególnie w branży budownictwa i nieruchomości, która coraz bardziej świadomie stawia na zrównoważony rozwój. W przypadku naszego wydarzenia - PLGBC Green Building Summit, którego organizacja oparta jest o **ideę zrównoważonego rozwoju**, konsekwentnie dążymy do ograniczania wpływu środowiskowego - starannie wybieramy dostępne i zrównoważone miejsce wydarzenia, z dostępem do światła dziennego i widokiem na zieleni, korzystamy z rozwiązań cyrkularnych, ograniczamy gadżety i druk materiałów stawiając na elektroniczne materiały, eliminujemy jednorazowość, proponujemy wyłącznie catering roślinny z sezonowych i regionalnych produktów, zachęcamy do korzystania z komunikacji miejskiej, stawiamy na transparentność działań, liczymy i kompensujemy ślad węglowy wydarzenia. **Każdy element musi być spójny za całością konceptu eventu.**

Na potrzeby współpracy z dostawcami usług, opracowaliśmy zbiór zasad - Rider organizacji wydarzeń PLGBC. Z dużą dbałością podchodzimy do działań przyjaznych środowisku, w tym również przy organizacji naszych konferencji, warsztatów i szkoleń czy innych spotkań networkingowych. **Tego oczekują także uczestnicy naszych wydarzeń.** W oparciu o dotychczasową współpracę widzę, że przy odpowiednim podejściu i dobraniu partnerów wydarzenia, można przygotować bardzo dobre wydarzenie z ograniczonym wpływem na środowisko. Nie jest to droga pozbawiona przeszkód.

Największą barierę stanowi dla mnie niedostateczna, niewystarczająca edukacja ekologiczna w obszarze organizacji zrównoważonego wydarzenia.

Na ten moment brak systemowych wymogów w Polsce, które bezpośrednio obligowałyby organizatorów do działania w duchu zero waste. **Działania są dobrowolne**, wynikają z wartości organizacji, większej świadomości i myśleniu o zrównoważonej przyszłości, edukacji społecznej i oczekiwaniach partnerów. Być może jest to tylko kwestia czasu, kiedy wprowadzenie zrównoważonych standardów w eventach będzie nieuniknione.

Warto podkreślić **dostępność i znaczenie nowych narzędzi i technologii**. Aplikacje eventowe zastępujące druk, cyfrowe systemy rejestracji i identyfikacji, aplikacje wykorzystywane podczas wydarzenia, kalkulatory śladu węglowego, narzędzia do raportowania ESG – to wszystko już dziś wspiera nas w efektywnym zarządzaniu wartościowym wydarzeniem i wspiera transformację branży.

Podsumowując: **zero waste to nie trend - to kierunek**. A my, jako organizatorzy, mamy realny i bardzo duży wpływ na to, jak będzie wyglądać przyszłość branży eventowej.

Trend 5: Zero waste na eventach – rewolucja czy mrzonka?

5

CZY TO REALNE? A MOŻE TYLKO DOBRY PR?

Nie ma co się oszukiwać – to nie jest łatwe. Każdy, kto kiedykolwiek organizował wydarzenie, wie, ile śmieci generuje nawet niewielka konferencja czy gala firmowa. Ale! Świat eventowy zaczyna powoli działać jak przemysł muzyczny: jeśli Taylor Swift może zrobić trasę koncertową w duchu sustainability, to dlaczego eventy nie miałyby pójść tą drogą?

Co sprawia, że standard zero waste na eventach staje się czymś więcej niż tylko buzzwordem?

- ✓ Regulacje i nacisk społeczny – coraz więcej krajów wprowadza ograniczenia dotyczące jednorazowych plastików i wymaga zrównoważonych rozwiązań.
- ✓ Presja uczestników – ludzie zaczynają pytać: „A co wy robicie, żeby wasz event był ekologiczny?” Brak odpowiedzi to słaby PR.
- ✓ Oszczędność kosztów – mniej odpadów = mniej wydatków na ich wywóz. Wielorazowe kubki i elektroniczne identyfikatory mogą się zwrócić szybciej niż się wydaje.
- ✓ Świadoma konkurencja – firmy, które dziś wdrażają eko-rozwiązania, w przyszłości mogą mieć przewagę na rynku eventowym.

KTO JUŻ SIĘ DOSTOSOWAŁ?

 **Glastonbury Festival** – od lat walczy z plastikiem, wprowadza kaucjowane kubki i wymaga od uczestników przynoszenia własnych butelek na wodę.

 **Google I/O** – konferencja Google już teraz eliminuje większość papierowych materiałów, inwestuje w ekologiczny catering i promuje cyfrowe rozwiązania dla uczestników.



Trend 5: Zero waste na eventach – rewolucja czy mrzonka?

5

JAK ZROBIĆ EVENT W DUCHU ZERO WASTE (I NIE ZWARIOWAĆ)?

Nie musisz od razu robić festiwalu bez śmieci – wystarczy, że zaczniesz od **kilku prostych kroków**:

✂ **Żegnajcie plastikowe gadżety** – serio, nikt już nie chce kolejnej plastikowej smyczy czy długopisu. Identyfikatory wielokrotnego użytku, gadżety z recyklingu lub... brak gadżetów – to rozwiązania, które działają.

✂ **Papier? Nie, dziękuję** – elektroniczne bilety, agenda w aplikacji zamiast wydrukowanych broszur, digitalowe notatki – technologia daje mnóstwo możliwości, więc po co ciąć drzewa?

✂ **Ekologiczny catering** – zero plastikowych butelek, więcej roślinnych opcji w menu, a resztki jedzenia można przekazać do jadłodajni albo przetworzyć.

✂ **Segregacja, ale na serio** – śmietniki na różne frakcje to jedno. Edukacja uczestników to drugie – niech uczestnicy wiedzą, gdzie co wrzucać i dlaczego to ważne.

✂ **Współpraca z dostawcami** – zamiast wynajmować firmę cateringową, która przywiezie tonę plastikowych talerzyków, znajdź taką, która rozumie ideę zero waste i pomoże ci wdrożyć dobre rozwiązania.

CO WARTO ZAPAMIĘTAĆ?

- ✓ **Zero waste na eventach to nie moda, to konieczność** – regulacje i presja społeczna wymuszą zmiany.
- ✓ To się opłaca! **Mniej śmieci to niższe koszty i lepszy wizerunek marki.**
- ✓ Nie musisz być od razu perfekcyjny – **małe kroki też robią różnicę.**

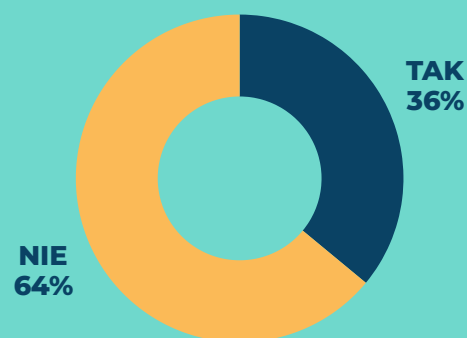
Czy wszystkie eventy staną się zero waste w ciągu pięciu lat? Raczej nie. Ale czy **większość wydarzeń mocno ograniczy ilość generowanych odpadów?** To już bardzo prawdopodobne. A jeśli Twój event wciąż będzie zostawiał po sobie góry plastiku i papierowych broszur... cóż, ludzie zaczną wybierać te, które działają bardziej odpowiedzialnie.



TREND: HYPE (TREND EKSPERYMENTALNY)

**Koniec wielkich konferencji?
Spokojnie, nie tak szybko!**

W ciągu najbliższych 5 lat nacisk na zmniejszenie wpływu na środowisko spowoduje przesunięcie od dużych międzynarodowych konferencji do mniejszych, regionalnych wydarzeń.



Pomysł ograniczenia **dużych, międzynarodowych konferencji** na rzecz **mniejszych, lokalnych wydarzeń** budzi kontrowersje. Firmy nadal stawiają na globalne spotkania, ale coraz częściej wybierają **format hybrydowy, by ograniczyć podróże**.

O co chodzi?

Od kilku lat mówi się, że duże międzynarodowe konferencje mogą odejść do lamusa – w końcu podróże generują ogromne ilości emisji CO₂, a ekologia jest teraz na ustach wszystkich. **Czy więc eventy przyszłości będą odbywać się tylko lokalnie, z minimalnym śladem węglowym? Nie do końca.**

Aż 64% ekspertów, z którymi rozmawialiśmy, uważa, że trend zmierzający do zamiany globalnych konferencji na mniejsze, regionalne wydarzenia nie stanie się dominujący. Mimo, że troska o środowisko rośnie, firmy i branże nadal potrzebują dużych eventów, które pozwalają na globalny networking, wymianę doświadczeń i po prostu – **spotkania, które mają moc.**

Trend 6: Koniec wielkich konferencji? Spokojnie, nie tak szybko!



CZY EKOLOGIA WYGRA Z GLOBALIZACJĄ?

Nie ma co ukrywać – **duże konferencje są ekologicznie problematyczne**. Tysiące uczestników przylatują z całego świata, hotele pękają w szwach, catering produkuje tony odpadów, a scena główna świeci tak, że mogłaby rywalizować z Times Square. To nie jest zbyt „green”.

Z drugiej strony – **próby całkowitego przeniesienia konferencji do świata wirtualnego nie zawsze działają**. Po pandemii wszyscy wiemy, że Zoom i Teams to super narzędzia, ale nie zastąpią osobistego networkingu, wymiany pomysłów na afterparty czy spontanicznych rozmów w kuluarach.

Co więc się wydarzy? **Duże eventy zostaną, ale zmienią swoje oblicze**.

JAK ZMIENIAJĄ SIĘ KONFERENCJE, BY BYĆ BARDZIEJ EKO?

Zamiast rezygnować z wielkich spotkań, organizatorzy zaczynają je optymalizować. Jak?

✧ **Mniej, ale lepiej** – zamiast kilku średnich konferencji w roku, firmy organizują jedno duże wydarzenie, ale **bardziej przemyślane i wartościowe**.

✧ **Hybrydowa rewolucja** – nie trzeba latać na każdy event. Najważniejsze panele i sesje streamingowane są online, a **na miejscu pojawiają się ci, którzy rzeczywiście tego potrzebują**.

✧ **Ekologiczna logistyka** – wybór lokalnych dostawców, catering wege, zakaz plastiku, carpooling dla uczestników – to wszystko powoli staje się standardem.

✧ **Kompensacja emisji CO₂** – organizatorzy coraz częściej inwestują w offsety węglowe, czyli np. **sadzenie drzew**, które zrównoważą emisje generowane przez event.

✧ **Mądrzejsza mobilność** – firmy zaczynają bardziej świadomie wybierać lokalizacje konferencji, np. takie, które są dobrze skomunikowane kolejowo, by ograniczyć podróże lotnicze.

Trend 6: Koniec wielkich konferencji? Spokojnie, nie tak szybko!

6

JAK AI JUŻ TERAZ POMAGA PODCZAS EVENTÓW?

💡 **Web Summit** – największa europejska konferencja technologiczna zmniejsza emisję CO₂, wprowadzając bardziej ekologiczne systemy transportu i catering bez plastiku.

💡 **COP (Konferencja Klimatyczna ONZ)** – pomimo globalnego charakteru coraz więcej delegacji ogranicza liczbę uczestników i promuje podróże niskoemisyjne.

💡 **SXSW (South by Southwest)** – festiwal biznesu, technologii i muzyki w Austin przeniósł część swoich paneli do świata wirtualnego, by zmniejszyć liczbę podróży lotniczych.

CO WARTO ZAPAMIĘTAĆ?

- ✓ Międzynarodowe konferencje nie znikną, ale będą organizowane z większą **świadomością ekologiczną**.
- ✓ **Hybrydowe formaty i ekologiczne rozwiązania** pozwolą ograniczyć ich ślad węglowy.
- ✓ Firmy zaczną inwestować w **offsety węglowe i bardziej przemyślaną logistykę**.

Krótko mówiąc: **duże konferencje nadal będą się odbywać, ale bardziej odpowiedzialnie**. Ekologia nie wyklucza globalnego networkingu – wystarczy znaleźć **złoty środek**.



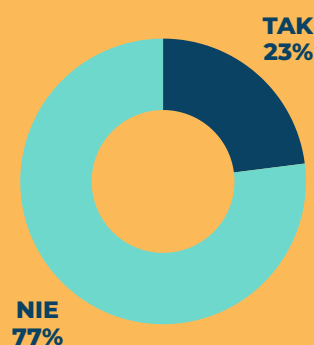


TREND: EMERGING (NA HORYZONCIE)



Czy AI zastąpi ludzką obsługę na eventach?
Spoiler: jeszcze nie teraz!

W ciągu najbliższych 5 lat obsługa uczestników wydarzeń w całości przejdzie na czaty wspierane przez AI, eliminując potrzebę interakcji z ludzkim personelem.



Sztuczna inteligencja coraz śmielej wkracza do branży eventowej, automatyzując obsługę klienta i ułatwiając organizację. **AI wspiera ludzi, ale ich nie zastąpi – przynajmniej jeszcze przez kilka lat.**

O co chodzi?

Wyobraź sobie, że wchodzisz na konferencję, masz pytanie o agendę i... nie ma recepcji. Jest tylko chatbot na ekranie. „W czym mogę pomóc?” – pyta miłym, choć nieco bezdusznym tonem. Coś nie działa? Potrzebujesz wskazówek? Cóż, masz do wyboru: pisać do bota albo... pisać do bota.

Brzmi trochę jak wizja z przyszłości? Możliwe, ale **77% ekspertów uważa, że w najbliższych pięciu latach pełne zastąpienie ludzkiej obsługi przez AI nie nastąpi.** I nic dziwnego – eventy to ludzie, emocje, networking i spontaniczne sytuacje, których boty jeszcze nie rozumieją.

Trend 7: Czy AI zastąpi ludzką obsługę na eventach? Spoiler: jeszcze nie teraz!



CZY AI PRZEJMIE EVENTY?

Nie da się ukryć – sztuczna inteligencja już teraz zmienia sposób organizacji wydarzeń. Chatboty pomagają w rejestracji, udzielają podstawowych informacji, a nawet personalizują doświadczenie uczestników na podstawie ich preferencji. Ale pełna automatyzacja? To na razie bardziej science fiction niż realny scenariusz.

Co sprawia, że AI nie wyprze ludzi z obsługi eventów?

- ✓ **Nie wszystko da się przewidzieć** – AI świetnie odpowiada na proste pytania, ale co, jeśli uczestnik zgubił bagaż, chce skonsultować się z prelegentem lub potrzebuje pomocy w sytuacji kryzysowej? Człowiek to nadal lepsza opcja.
- ✓ **Emocje i relacje** – eventy to nie linie lotnicze, gdzie chatbot wystarczy do zmiany rezerwacji. Uczestnicy potrzebują realnych interakcji, uśmiechu na recepcji i kogoś, kto po prostu powie: „Hej, fajnie, że jesteś!”.
- ✓ **Problemy techniczne** – wyobraź sobie, że AI szwankuje, a nie ma nikogo, kto mógłby przejąć rozmowę. Frustracja uczestników = katastrofa organizacyjna.



KTO JUŻ TO ROBI?

 **vFairs** – chatboty w ich platformie eventowej pomagają uczestnikom w nawigacji po wydarzeniu i odpowiadają na często zadawane pytania.

 **Cvent** – używa AI do analizowania zachowań uczestników, aby organizatorzy mogli dostosować przyszłe edycje eventów do realnych potrzeb.

 **Expo Genie** – ich algorytmy pomagają w matchmakingu biznesowym, sugerując uczestnikom najlepsze kontakty do nawiązania na eventach.

Trend 7: Czy AI zastąpi ludzką obsługę na eventach? Spoiler: jeszcze nie teraz!



JAK AI JUŻ TERAZ POMAGA NA EVENTACH?

Sztuczna inteligencja nie jest wrogiem event managerów – wręcz przeciwnie! Wspiera ich i pomaga w automatyzacji rutynowych zadań. Oto jak:

✚ Błyskawiczne odpowiedzi 24/7 – chatbot na stronie wydarzenia może odpowiadać na pytania dotyczące rejestracji, agendy czy lokalizacji, zamiast angażować do tego ludzi.

✚ Lepsza organizacja – AI pomaga planować układ sal, zarządzać listą gości i analizować dane po wydarzeniu.

✚ Networking na sterydach – inteligentne systemy mogą sugerować uczestnikom, kogo warto poznać na eventcie, na podstawie ich zainteresowań i harmonogramu.

✚ Obsługa wielojęzyczna – AI błyskawicznie tłumaczy rozmowy w czasie rzeczywistym, eliminując barierę językową.

CO WARTO ZAPAMIĘTAĆ?

- ✓ **AI już teraz wspiera eventy**, ale nie zastąpi ludzkiej obsługi w całości.
- ✓ Najlepsze rozwiązania to te, które **łączą technologię z czynnikiem ludzkim** – szybkie odpowiedzi AI + empatia i elastyczność człowieka.
- ✓ Sztuczna inteligencja ułatwi organizację wydarzeń, ale **uczestnicy nadal oczekują realnych interakcji**.

Czy AI przejmie eventy? Na razie nie. Ale **pomoże organizatorom oszczędzać czas, analizować dane i usprawniać obsługę uczestników** – a to całkiem niezły deal!

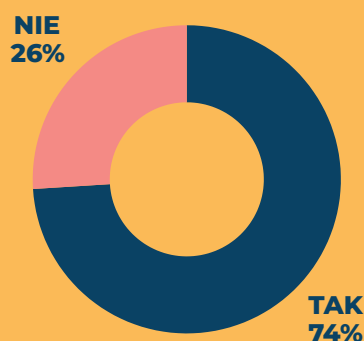


8

TREND: EMERGING (NA HORYZONCIE)

**Identyfikatory z NFC i RFID
– przyszłość eventów już
za rogiem!**

W ciągu najbliższych 5 lat identyfikatory i opaski z technologią NFC lub RFID staną się standardem do śledzenia ruchu uczestników na eventach, co pozwoli na lepsze dostosowanie przestrzeni i programów.



Elektroniczne identyfikatory i opaski NFC/RFID będą standardem w zarządzaniu uczestnikami – **eliminują kolejki, ułatwiają płatności i pomagają organizatorom lepiej analizować zachowania gości.**

O co chodzi?

Wchodzisz na event i zamiast klasycznego identyfikatora dostajesz inteligentną opaskę. Żadnych papierowych biletów, żadnych kodów QR do skanowania – po prostu zbliżasz opaskę do czytnika i wchodzisz. Co więcej? **Dzięki niej organizatorzy wiedzą, które panele Cię interesują, gdzie spędzasz najwięcej czasu i jakie aktywności najbardziej Ci się podobają.**

Brzmi futurystycznie? Może kiedyś. **Ale 74% ekspertów uważa, że w ciągu najbliższych 5 lat NFC i RFID staną się standardem na eventach.** To już się dzieje – i to na dużą skalę.

Trend 8: Identyfikatory z NFC i RFID – przyszłość eventów już za rogiem!

8

DLACZEGO EVENTY POKOCHAJĄ NFC I RFID?

Dwa małe skróty, a zmieniają całą branżę:

 **NFC (Near Field Communication)** – technologia, którą masz w telefonie, pozwalająca na szybką komunikację między urządzeniami na bardzo krótkim dystansie.

 **RFID (Radio Frequency Identification)** – działa na większą odległość i pozwala śledzić ruch uczestników na wydarzeniu bez konieczności zbliżania opaski czy identyfikatora do czytnika.

DLACZEGO ORGANIZATORZY BĘDĄ CHCIELI JE MIEĆ?

- ✓ Zero kolejek – koniec z ręcznym skanowaniem kodów czy wypełnianiem list. Wchodzisz? Zbliżasz opaskę i gotowe!
- ✓ Precyzyjne dane – organizatorzy będą wiedzieć, które prelekcje cieszą się największym zainteresowaniem i jak zoptymalizować przestrzeń eventową.
- ✓ Personalizacja – program może dostosowywać się do Ciebie! Jeśli system zauważy, że interesujesz się technologią, podpowie Ci warsztaty, które mogą Ci się spodobać.
- ✓ Bezgotówkowe płatności – kupowanie kawy czy lunchu? Jeden ruch opaską i zapłacone.
- ✓ Lepszy networking – zapomniałeś wizytówki? Nie szkodzi. Zbliź swoją opaskę do czyjejś i bum – wymiana kontaktów gotowa.



Trend 8: Identyfikatory z NFC i RFID – przyszłość eventów już za rogiem!

8

JAK EVENTOWCY MOGĄ TO WYKORZYSTAĆ?

✚ Ekspresowa rejestracja – zbliżasz opaskę do terminala i wchodzisz. Żadnego sprawdzania list czy kodów QR.

✚ Lepsza organizacja przestrzeni – organizatorzy widzą, które strefy są najbardziej oblegane i mogą na bieżąco dostosować ustawienia.

✚ Dostosowanie treści do uczestnika – na podstawie Twojego udziału w różnych panelach organizatorzy mogą przysłać Ci spersonalizowane materiały i rekomendacje.

✚ Ekskluzywne doświadczenia – VIP-y mogą mieć dostęp do specjalnych stref czy wydarzeń na podstawie zapisanych danych w ich identyfikatorze.

✚ Zero papieru – koniec z drukowanymi mapkami i broszurami. Cała agenda wydarzenia jest dostępna na Twojej opasce.

KTO JUŻ TO ROBI?

💡 **Coachella & Glastonbury** – festiwale muzyczne od dawna używają opasek RFID, aby eliminować bilety i ułatwiać płatności bezgotówkowe.

💡 **Web Summit** – jedna z największych konferencji technologicznych wykorzystuje NFC do szybkiego networkingu i analizy ruchu uczestników.

💡 **Disneyland** – ich MagicBands to idealny przykład, jak NFC może działać w praktyce – od wejścia, przez płatności, po dostosowanie doświadczeń dla gości.

CO WARTO ZAPAMIĘTAĆ?

- ✓ **NFC i RFID to nie przyszłość – to teraźniejszość.**
- ✓ **Dzięki nim eventy będą szybsze, wygodniejsze i bardziej spersonalizowane.**
- ✓ **Jeśli planujesz wydarzenie, pomyśl o wdrożeniu NFC/ RFID – wkrótce staną się standardem.**

Czy to oznacza koniec klasycznych identyfikatorów i drukowanych biletów? Bardzo możliwe. **Eventy stają się coraz bardziej inteligentne – czas wejść na nowy poziom!**



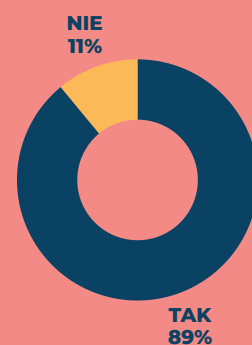


TREND: MUST-HAVE (STANDARD BRANŻOWY)



**Eventy szyte na miarę –
personalizacja, która
zmienia grę!**

W ciągu najbliższych 5 lat uczestnicy będą mieli całkowicie spersonalizowane ścieżki uczestnictwa na wydarzeniach, od sesji po networking, dzięki zaawansowanej analizie danych.



Nie ma już miejsca na przypadkowe uczestnictwo. Każdy chce mieć event dopasowany do swoich potrzeb, a AI i analiza danych pozwalają organizatorom dostarczać spersonalizowane ścieżki dla każdego uczestnika.

O co chodzi?

Pamiętasz czasy, kiedy na konferencję zapisywało się „w ciemno”, a potem biegało od panelu do panelu, licząc, że któryś okaże się wartościowy? To już przeszłość.

Wkraczamy w erę hiperpersonalizacji – **89% ekspertów uważa, że w ciągu najbliższych 5 lat uczestnicy eventów będą mieli w pełni dopasowane do siebie programy, od sesji po networking.** Dzięki analizie danych i technologii AI eventy staną się nie tylko bardziej efektywne, ale i maksymalnie angażujące.

Trend 9: Eventy szyte na miarę – personalizacja, która zmienia grę!



KONIEC Z PRZYPADKOWYM UCZESTNICTWEM – ZACZYNA SIĘ ERA PERSONALIZACJI!

Eventy coraz bardziej przypominają Netflixa – na podstawie Twoich zainteresowań i aktywności system będzie podpowiadał Ci, w których prelekcjach warto wziąć udział i z kim nawiązać kontakt. Żadnego błędzenia po korytarzach i zastanawiania się, gdzie warto pójść – Twój event będzie zaplanowany pod Ciebie!

Co sprawia, że personalizacja to nie tylko chwilowa moda?

- ✓ Ludzie chcą eventów na własnych warunkach – uczestnicy oczekują, że wydarzenie dopasuje się do nich, a nie na odwrót.
- ✓ AI robi to za Ciebie – analiza wcześniejszych wyborów i zainteresowań pozwala na automatyczne dopasowanie sesji, warsztatów i kontaktów networkingowych.
- ✓ Większe zaangażowanie – im lepiej dopasowany program, tym większa satysfakcja uczestnika i większa szansa, że wróci na kolejną edycję.

KTO JUŻ TO ROBI?

-  **Mediafin** – wykorzystuje AI do personalizacji eventów biznesowych, oferując każdemu uczestnikowi dostosowaną agendę i rekomendacje.
-  **Sweap** – tworzy systemy, które analizują oczekiwania uczestników i dostosowują do nich program wydarzenia.
-  **Event Tech Labs** – pracuje nad narzędziami, które sprawią, że networking na eventach stanie się tak płynny jak Tinder... ale dla biznesu.



STRATEGIA
NA ROZDROŻU



ESG - THE NEW
COMMON
GAMES



SILNY ZESPÓŁ
ZARZĄDZAJĄCY



WARSZTATY
PRACY NAD
STRATEGIĄ



SAMOŚWIADOMOŚĆ
LIDERA



BUDOWA
KULTURY
WSPÓŁPRACY



JAK ZAANGAŻOWAĆ
LUDZI W CZASACH
ZMIANY



ZMIANA I
INNOWACYJNOŚĆ



QUALITY TIME
TOGETHER



GAME CHANGERS ACADEMY POWER SHOT DLA TOP KADRY

Energetyczne doświadczenie w
obliczu transformacji biznesowej.

Szkolenia dla kadry zarządzającej,
które zmieniają zasady gry.

Otwiera głowy, przynosi nowe
wnioski, poszerza horyzont.

Dowiedz się więcej



Trend 9: Eventy szyte na miarę – personalizacja, która zmienia grę!

JAK BĘDZIE WYGLĄDAŁ EVENT PRZYSZŁOŚCI?

- ✚ Indywidualna agenda – system podpowiada Ci, na które panele warto pójść, kogo posłuchać i z kim się spotkać.
- ✚ Spersonalizowane rekomendacje networkingowe – „Chcesz poznać ludzi z Twojej branży? Oto 3 osoby, które powinieneś spotkać!”
- ✚ Interaktywne powiadomienia – dostajesz info, że zaraz obok odbywa się sesja na temat, który Cię interesuje? Boom – jesteś tam!
- ✚ Dopasowane materiały – po evencie dostajesz dostęp do nagrań i prezentacji, które są dla Ciebie naprawdę użyteczne.

CO WARTO ZAPAMIĘTAĆ?

- ✓ **Eventy przestają być „masowe”** – teraz każdy uczestnik będzie miał swój unikalny program.
- ✓ **Dzięki technologii AI organizatorzy mogą tworzyć hiperpersonalizowane doświadczenia**, które przyciągną ludzi na kolejne edycje.
- ✓ **Czas na rewolucję** – jeśli Twój event nadal traktuje wszystkich uczestników jednakowo, pora to zmienić!

Przyszłość eventów? **Zero przypadkowości, 100% dopasowania!** ✚



TREND: MUST-HAVE (STANDARD BRANŻOWY)

10

**Strefy relaksu i wellness –
must-have na każdym
eventcie!**

**W ciągu najbliższych 5 lat przestrzenie
relaksacyjne i strefy wellness staną się
nieodłącznym elementem każdego wydarzenia
jako odpowiedź na rosnące znaczenie zdrowia
psychicznego i równowagi między pracą
a życiem.**



Przestrzenie do odpoczynku, zdrowe posiłki, medytacja i joga – dbanie o samopoczucie uczestników to nowy standard. Wydarzenia muszą oferować nie tylko wiedzę, ale i komfort, jeśli chcą być atrakcyjne.

O co chodzi?

Kiedyś eventy były jak maraton – intensywne, przepełnione prelekcjami, networkiem i kolejną kawą „na przetrwanie”. Ale czasy się zmieniają! Teraz uczestnicy oczekują czegoś więcej niż tylko bombardowania wiedzą. Chcą przestrzeni na odpoczynek, regenerację i chwilę wytchnienia.

I nie jest to tylko życzenie kilku fanów jogi – **100% ekspertów, z którymi rozmawialiśmy, uważa, że w ciągu najbliższych 5 lat strefy wellness staną się standardowym elementem eventów.**

Trend 10: Strefy relaksu i wellness – must-have na każdym evencie!

10

EVENT TO NIE WYŚCIG, TYLKO DOŚWIADCZENIE!

Nie ma się co oszukiwać – długie godziny spędzone w salach konferencyjnych mogą być męczące. Brak tlenu, niewygodne krzesła i nadmiar bodźców sprawiają, że po połowie dnia uczestnicy zaczynają przysypiać na prelekcjach. Organizatorzy zaczęli to zauważać – i oto nadchodzi rewolucja wellness!

Dlaczego to trend, który zostanie na dłużej?

- ✓ Zdrowie psychiczne stało się priorytetem – uczestnicy nie chcą wychodzić z eventów wykończeni, tylko zainspirowani i naładowani pozytywną energią.
- ✓ Firmy inwestują w wellbeing – organizacje wiedzą, że dbanie o dobre samopoczucie pracowników i klientów przekłada się na efektywność i lojalność.
- ✓ Relaks = większe zaangażowanie – jeśli ludzie mają przestrzeń na odpoczynek, chętniej uczestniczą w dalszej części wydarzenia i lepiej chłoną wiedzę.



KTO JUŻ TO ROBI?

 **Hilton EventReady** – sieć hoteli wprowadziła program wellness dla eventów, który obejmuje sesje mindfulness, zdrowe menu i interaktywne przestrzenie relaksacyjne.

 **SXSW (South by Southwest)** – festiwal muzyki i technologii, gdzie wellness stał się integralną częścią wydarzenia – od stref ciszy po warsztaty medytacyjne.

 **MPI (Meeting Professionals International)** – organizacja, która otwarcie mówi, że przyszłość eventów to troska o komfort uczestników, a nie tylko o treści.



the BRAIN embassy

Twórz wydarzenia pełne emocji

Napisz do nas i zarezerwuj najlepszy termin

✉ sales@brainembassy.com

Sprawdź nas!



Trend 10: Strefy relaksu i wellness – must-have na każdym evencie!

10

JAK EVENTY STAJĄ SIĘ BARDZIEJ WELLNESS-FRIENDLY?

- ✚ Strefy relaksu – miękkie pufy, leżaki, kojąca muzyka i rośliny – czyli przestrzeń, gdzie można odpocząć od zgiełku i naładować baterie.
- ✚ Minispa i szybkie masaże – pięciominutowy masaż karku w przerwie między sesjami? Zdecydowanie tak!
- ✚ Joga i medytacja – poranne zajęcia pomagają wejść w tryb koncentracji i redukują stres.
- ✚ Zdrowy catering – koniec z ciężkimi, tłustymi przekąskami. Teraz królują lekkie posiłki i napoje, które dodają energii zamiast ją odbierać.
- ✚ Cisza i spokój – specjalne „silent rooms” dla tych, którzy potrzebują chwili resetu bez hałasu.

CO WARTO ZAPAMIĘTAĆ?

- ✓ Eventy nie mogą być tylko intensywną dawką informacji – muszą dawać **przestrzeń na regenerację**.
- ✓ Dbanie o wellbeing uczestników przekłada się na ich zaangażowanie i pozytywne doświadczenie.
- ✓ Jeśli organizujesz event, **pomyśl o wprowadzeniu strefy relaksu** – za kilka lat stanie się to standardem.

W skrócie? Koniec z eventami, po których trzeba brać urlop na regenerację! **Przyszłość to wydarzenia, które dbają nie tylko o wiedzę, ale też o dobre samopoczucie uczestników.**

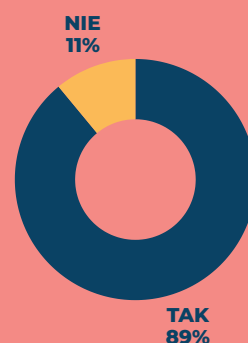


TREND: MUST-HAVE (STANDARD BRANŻOWY)



Grywalizacja – eventy wciągające jak dobra gra!

W ciągu najbliższych 5 lat grywalizacja stanie się integralnym elementem konferencji i eventów, z nagrodami i wyzwaniem angażującymi uczestników w sposób interaktywny.



Nudne konferencje to przeszłość. Grywalizacja sprawia, że uczestnicy biorą aktywny udział w wydarzeniu, zamiast tylko siedzieć i słuchać. Zdobywanie punktów, wyzwania i nagrody to przyszłość eventów.

O co chodzi?

Konferencje, na których tylko siedzisz i słuchasz prelekcji? To już przeszłość! Nadchodzi era eventów, które angażują jak najlepsza gra – pełnych wyzwań, nagród i interaktywnych mechanizmów, które sprawiają, że chcesz w nich aktywnie uczestniczyć.

89% ekspertów uważa, że grywalizacja stanie się standardem na wydarzeniach w ciągu najbliższych pięciu lat. A to oznacza jedno: koniec biernego udziału – wchodzimy do gry!

PAWEŁ KRZYWICKI

TRENER
PRACOWNIA GIER SZKOLENIOWYCH



“Wspólne wykonywanie zadań, rozwiązywanie problemów, czy podejmowanie decyzji oraz współzawodnictwo w grupach i między grupami budują relacje między uczestnikami...”

Firmy i organizacje już od 20 lat zwracają się po rozwiązania oparte na grywalizacji do Pracowni Gier Szkoleniowych. Myślę, że klienci nie przeznaczaliby swoich budżetów, gdyby nie widzieli oczywistych korzyści z zastosowania tej metody w swoich szkoleniach i eventach. Od ponad 15 lat, widzę kilkadziesiąt grup rocznie, które grają w gry. Są to grupy kilku-, kilkudziesięcio-, a czasami kilkusetosobowe.

CO DAJE GRYWALIZACJA?

Zwiększenie zaangażowania uczestników

Gry wprowadzają element zabawy i rywalizacji, co naturalnie przyciąga uwagę uczestników. Dzięki temu szkolenia stają się bardziej interaktywne i atrakcyjne, a uczestnicy chętniej biorą w nich udział. Elementy grywalizacji, takie jak punkty czy nagrody, motywują uczestników do aktywności. Rywalizacja (choć w Pracowni Gier Szkoleniowych częściej używamy pojęcia „współzawodnictwo”) pobudza do działania i zachęca do osiągnięcia lepszych wyników.





PAWEŁ KRZYWICKI

TRENER

PRACOWNIA GIER SZKOLENIOWYCH

CO DAJE GRYWALIZACJA?

Poprawę efektywności uczenia się oraz wspieranie długoterminowej zmiany zachowań

Grywalizacja opiera się na mechanizmach, które stymulują mózg do lepszego przyswajania wiedzy. Dzięki systemowi nagród, wyzwań i natychmiastowej informacji zwrotnej uczestnicy szybciej zapamiętują informacje i lepiej je wykorzystują w praktyce. Grywalizacja nie tylko uczy, ale także pomaga w utrwalaniu nowych nawyków. Dzięki regularnym wyzwaniom i systemowi nagród uczestnicy są bardziej skłonni do wprowadzania zmian w swoim codziennym funkcjonowaniu.

Budowanie zespołu

Wspólne wykonywanie zadań, rozwiązywanie problemów, czy podejmowanie decyzji oraz współzawodnictwo w grupach i między grupami budują relacje między uczestnikami, co przekłada się na lepszą współpracę w przyszłości w firmie. Poczucie przynależności do zespołu w grze, wzmacnia też poczucie przynależności do zespołu w firmie.

Natychmiastową informację zwrotną

Zgodnie z teorią Total Engagement, którą kierujemy się projektując doświadczenia uczestniczek i uczestników otrzymują oni natychmiastowe informacje zwrotne na temat swoich postępów, co pozwala im na bieżąco korygować swoje działania i uczyć się na błędach. To kluczowe dla zaangażowania i efektywnego procesu uczenia się.

Walkę z rutyną i nudą oraz personalizację doświadczeń

Tradycyjne szkolenia często bywają monotonne, co prowadzi do spadku zainteresowania uczestników. Grywalizacja wprowadza element nowości i ekscytacji. Grywalizacja pozwala na dostosowanie treści i zadań do indywidualnych potrzeb uczestników albo firm.

I last but not least - dostosowanie do oczekiwań nowych pokoleń

Młodsze pokolenia wychowały się w świecie gier cyfrowych i oczekują interaktywnych, dynamicznych form przekazu. Grywalizacja odpowiada na te potrzeby, czyniąc szkolenia bardziej atrakcyjnymi dla tej grupy.

Trend 11: Grywalizacja – eventy wciągające jak dobra gra!



DLACZEGO EVENTY POTRZEBUJĄ WIĘCEJ GRYWALIZACJI?

Zróbmy szybki test. Co bardziej przyciągnie uwagę:

- ❓ Słuchanie przez godzinę nudnej prezentacji?
- ❓ czy może
- ❓ zdobywanie punktów za udział w sesjach, rozwiązywanie zagadek i rywalizacja o ciekawe nagrody?

Odpowiedź jest prosta. Grywalizacja działa, bo aktywizuje, angażuje i motywuje do interakcji. I to nie tylko na eventach – wykorzystują ją już platformy edukacyjne, aplikacje fitness i nawet banki, które nagradzają użytkowników za aktywność.

Co sprawia, że grywalizacja to coś więcej niż chwilowy trend?

- ✓ Ludzie lubią rywalizację – jeśli można zdobyć punkty, odznaki czy miejsce na tablicy liderów, automatycznie bardziej się angażujemy.
- ✓ To genialny sposób na networking – grywalizacja pomaga przełamać lody i ułatwia nawiązywanie kontaktów.
- ✓ Większe zaangażowanie = lepsze wyniki – uczestnicy aktywnie biorą udział, zamiast biernie przysypiać w trzecim rzędzie.



JAK TO DZIAŁA W PRAKTYCE?



Misje i wyzwania – uczestnicy mogą zdobywać punkty za udział w prelekcjach, odwiedzanie stoisk partnerów czy interakcję z innymi.



Tablice wyników i odznaki – widzisz, kto jest w top 10? To motywuje do dalszej gry!



Gry terenowe – szukanie wskazówek na terenie eventu sprawia, że ludzie eksplorują więcej i chętniej angażują się w wydarzenie.



Nagrody i wyróżnienia – najlepsi gracze mogą liczyć na atrakcyjne nagrody: od darmowych wejściówek na kolejne edycje po specjalne pakiety VIP.



Integracja z aplikacją eventową – system automatycznie śledzi aktywność uczestników, sugeruje im kolejne kroki i zapewnia im bardziej spersonalizowane doświadczenie.



Trend 11: Grywalizacja – eventy wciągające jak dobra gra!

11

KTO JUŻ TO ROBI?

 **Pracownia Gier Szkoleniowych** – pomaga organizatorom wdrażać quizy, gry integracyjne i zgrywalizowany networking, które angażują uczestników i sprawiają, że eventy są bardziej interaktywne.

 **Braindate** – stosuje mechanizmy grywalizacyjne do networkingu, sugerując uczestnikom, kogo powinni poznać na podstawie ich zainteresowań.

 **SXSW (South by Southwest)** – festiwal, który co roku wprowadza nowe interaktywne elementy, od aplikacji do zdobywania punktów po real-life challenge'y.

CO WARTO ZAPAMIĘTAĆ?

- ✓ Grywalizacja sprawia, że **eventy stają się bardziej angażujące i zapadają w pamięć.**
- ✓ Mechanizmy znane z gier (punkty, wyzwania, nagrody) **motywują uczestników do aktywnego udziału.**
- ✓ Eventy przyszłości to nie tylko miejsce do słuchania – to **przestrzeń do interakcji i zabawy.**

Czy grywalizacja będzie standardem? Zdecydowanie tak!
I jeśli organizujesz event, który ma być naprawdę angażujący – lepiej już teraz zacznij myśleć o tym, jak wciągnąć uczestników w grę.

**SPRAWDŹ NASZĄ OFERTĘ DLA
ORGANIZATORÓW KONFERENCJI**





OD MAŁYCH SPOTKAŃ PO WIELKIE **EVENTY!**

SZEROKO
CATERING



KONTAKT

Telefon

+ 48 790 525 254

Email

szeroko@szeroko.catering

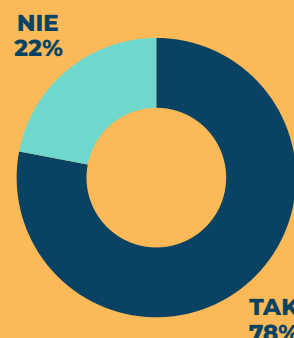


TREND: EMERGING (NA HORYZONCIE)

12

Kliknij, wybierz, zjedz –
zamawianie lunchu przez
aplikację eventową

W ciągu najbliższych 5 lat uczestnicy będą mogli w aplikacji eventowej wybrać posiłek, który zostanie im zaserwowany podczas przerwy lunchowej.



Zamawianie lunchu przez aplikację eventową może stać się standardem – to wygodne rozwiązanie dla uczestników i organizatorów. Eliminuje kolejki, pozwala na lepsze planowanie cateringu i zmniejsza marnowanie jedzenia.

O co chodzi?

Zamiast stać w długiej kolejce po lunch na konferencji, wybierasz posiłek w aplikacji, a gdy nadejdzie przerwa – jedzenie czeka na Ciebie gotowe do odbioru. Bez stresu, bez walki o ostatnią porcję sałatki i bez zastanawiania się, czy opcja wegańska już się skończyła. **Aż 78% uczestników uważa, że za pięć lat to będzie standardem na eventach. I wcale nas to nie dziwi!**

Trend 12: Kliknij, wybierz, zjedz – zamawianie lunchu przez aplikację eventową

12

PO CO EVENTOM ZAMAWIANIE LUNCHU PRZEZ APLIKACJĘ?

Wydarzenia to nie tylko networking i ciekawe prelekcje – jedzenie jest równie ważnym elementem. Jeśli organizatorzy chcą, żeby uczestnicy nie byli głodni i sfrustrowani, muszą pomyśleć o lepszej organizacji cateringu.

Dlaczego warto wdrożyć tę opcję?

- ✓ Zero kolejek – zamiast stać 15 minut w tłumie, idziesz prosto po swoje gotowe zamówienie.
- ✓ Pełna personalizacja – wybierasz posiłek, który pasuje do Twojej diety, zamiast brać to, co akurat zostało.
- ✓ Mniej marnowania jedzenia – organizatorzy wiedzą wcześniej, ile posiłków przygotować, więc nie wyrzucają nadmiaru.
- ✓ Lepsze doświadczenie uczestnika – gdy wszystko jest sprawnie zorganizowane, ludzie chętniej wracają na kolejne edycje.

KTO JUŻ TO ROBI?

 **FestivalPro** – testuje system pre-orderingu jedzenia i napojów na festiwalach, co znacznie skraca kolejki i usprawnia obsługę gastronomiczną.

 **Eventbase** – firma rozwijająca aplikacje eventowe, które pozwalają uczestnikom nie tylko wybierać sesje i warsztaty, ale też zamawiać lunch na przerwę.

 **Sporting events & koncerty** – na niektórych stadionach już teraz możesz zamówić jedzenie z aplikacji i odebrać je bez czekania.



Trend 12: Kliknij, wybierz, zjedz – zamawianie lunchu przez aplikację eventową

12

JAK TO DZIAŁA W PRAKTYCE?

- ✦ Menu w aplikacji eventowej – uczestnicy mogą przeglądać dostępne opcje i złożyć zamówienie na konkretną godzinę.
- ✦ Płatności online – jedzenie może być wliczone w bilet lub zamawiane dodatkowo przez aplikację.
- ✦ Powiadomienia push – dostajesz info, że Twój lunch jest gotowy, więc idziesz po niego, zamiast czekać w kolejce.
- ✦ Punkty odbioru na mapie – dokładnie wiesz, gdzie odebrać zamówienie, zamiast błądzić między stanowiskami.

CO WARTO ZAPAMIĘTAĆ?

- ✓ Długie kolejki do cateringu? To się kończy! **Przyszłość eventów to zamawianie lunchu przez aplikację.**
- ✓ Personalizacja i płynna logistyka sprawia, że jedzenie będzie lepiej dopasowane do uczestników i bardziej eko.
- ✓ Jeśli organizujesz wydarzenie, pomyśl o wdrożeniu tego rozwiązania – to coś, co **podnosi jakość eventu** i sprawia, że uczestnicy chętniej wrócą!



EXPERIENCE CORNER



INTERAKCJA TO NOWY STANDARD

Daj głos publiczności i przestrzeń do współtworzenia —
bo dziś uczestnicy nie chcą być widzami.
Z Catchboxem i pinboardami angażujesz ich
od pierwszej minuty.



www.experiencecorner.com



TREND: HYPE (TREND EKSPERYMENTALNY)

Hologramy na scenie – rewolucja czy chwilowa ciekawostka?

W ciągu najbliższych 5 lat hologramowe występy artystyczne staną się powszechnym narzędziem w przemyśle rozrywkowym.



Hologramowe koncerty i prelekcje robią wrażenie, ale nie zastąpią prawdziwych artystów i mówców. To efektowne, ale kosztowne rozwiązanie, które raczej pozostanie niszą niż nowym standardem.

O co chodzi?

Idziesz na koncert i na scenie pojawia się... hologram Freddiego Mercury'ego śpiewający "Bohemian Rhapsody". A może holograficzny występ Michaela Jacksona? Brzmi jak science fiction? Może i tak, ale technologia już na to pozwala.

Tylko że... 56% ekspertów nie wierzy, że w ciągu najbliższych 5 lat hologramowe występy staną się powszechnym standardem. I mają ku temu kilka solidnych argumentów.

Trend 13: Hologramy na scenie – rewolucja czy chwilowa ciekawostka?

13

CZY HOLOGRAMY ZDOMINUJĄ SCENĘ?

Nie ma co ukrywać – holograficzne występy wyglądają imponująco, ale czy naprawdę mogą zastąpić żywych artystów?

- ✓ Technologia idzie do przodu – hologramy są coraz bardziej realistyczne i mogą dodawać niesamowitych efektów do występów na żywo.
- ✓ Publiczność lubi widowiska – efekty specjalne zawsze robią wrażenie, a koncerty pełne wizualnych fajerwerków przyciągają tłumy.
- ✗ Ale... magia koncertów tkwi w autentyczności – fani chcą czuć energię artysty, zobaczyć jego interakcję z publicznością, emocje – a hologram (jeszcze) tego nie oddaje.
- ✗ Koszty są wysokie – stworzenie realistycznego hologramu to ogromna inwestycja, a nie każda produkcja może sobie na to pozwolić.
- ✗ Etyczne dylematy – czy powinniśmy "wskrzeszać" artystów, którzy już odeszli? Jak daleko można się posunąć w wykorzystywaniu wizerunku osób, które nie mogą już wyrazić zgody?

JAK HOLOGRAMY SĄ JUŻ WYKORZYSTYWANE?

- ✦ Koncerty wskrzeszonych legend – hologram Tupaca na Coachelli w 2012 roku wywołał ogromne emocje i od tego czasu wiele gwiazd doczekało się podobnego powrotu na scenę.
- ✦ Spektakle teatralne – hologramy pozwalają na tworzenie niesamowitych efektów wizualnych, np. pojawiania się i znikania postaci w spektaklach.
- ✦ Konferencje i eventy biznesowe – zamiast latać na drugi koniec świata, prelegenci mogą „pojawić się” na scenie jako hologramy i przemawiać do publiczności w czasie rzeczywistym.



Trend 13: Hologramy na scenie – rewolucja czy chwilowa ciekawostka?

KTO JUŻ TO ROBI?

💡 **ABBA Voyage** – kultowa szwedzka grupa stworzyła wirtualnych awatarów, które dają "koncerty" w Londynie, a fani mogą zobaczyć ABBE w najlepszej formie... sprzed 40 lat.

💡 **„An Evening with Whitney”** – trasa koncertowa z hologramem Whitney Houston wzbudziła skrajne emocje – część fanów była zachwycona, inni twierdzili, że to „nie to samo”.

💡 **Koncerty K-popu** – niektóre grupy testują hologramy jako sposób na interakcję z fanami, zwłaszcza na globalnych rynkach, gdzie fizyczna obecność artystów jest trudna do zorganizowania.

CO WARTO ZAPAMIĘTAĆ?

✔ Hologramy to spektakularne widowisko, ale **jeszcze długo nie zastąpią prawdziwych artystów**.

✔ **Mogą być świetnym dodatkiem do występów na żywo**, ale publiczność wciąż najbardziej ceni autentyczne emocje.

✔ **Etyka i koszty to duże wyzwania** – nie każda gwiazda „powinna” wracać na scenę w formie cyfrowej.

Czy za kilka lat hologramowe koncerty będą tak powszechne jak streaming muzyki? Być może. Ale jedno jest pewne – na żywych artystów i ich magię zawsze będzie miejsce na scenie.

TWÓJ EVENT SPOŁĘCZNIE ODPOWIEDZIALNY!



Zorganizuj grę i wesprzyj wybraną organizację.

Przelicz punkty na złotówki i zmobilizuj swój zespół do pomagania i wsparcia - to gwarancja pełnego zaangażowania w szczytnym celu.



HONEY RUSH



COSMOPOLIS



THE TREE OF LIFE

The Tree of Life to gra o ewolucji, współpracy i odpowiedzialności – nie tylko za siebie, ale też za wspólne „ekosystemy”, w których funkcjonujemy.

Każdy zespół w grze rozwija się, zdobywa zasoby i punkty, które symbolizują energię, wiedzę i dobro wspólne. W finale te punkty mogą zostać przeliczone na złotówki, a następnie przekazane na wybrany cel społeczny.

CSR + GRA = SOCIAL IMPACT

Uczestnicy widzą, że ich współpraca i wzajemne wsparcie mają realne konsekwencje nie tylko dla wyniku gry, ale też dla dobra wspólnego poza salą.



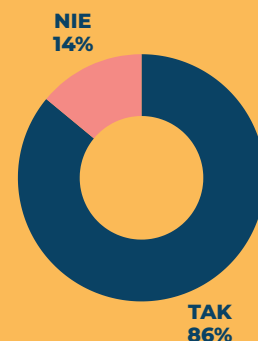
14



TREND: EMERGING (NA HORYZONCIE)

Eventy społecznie zaangażowane – od CSR do realnego wpływu

Firmy i organizatorzy eventów coraz częściej angażują się w działania społeczne i ekologiczne. To trend, który może stać się obowiązkowym elementem wydarzeń – uczestnicy oczekują autentyczności i realnego wpływu.



O co chodzi?

Eventy przestają być tylko przestrzenią do networkingu i zdobywania wiedzy. Coraz częściej uczestnicy oczekują, że wydarzenia, w których biorą udział, będą miały realny wpływ na społeczność, środowisko czy ważne sprawy społeczne.

Wzrost świadomości ESG (Environmental, Social, Governance), większe zaangażowanie pokolenia Z i potrzeba budowania autentycznych relacji sprawiają, że firmy i organizatorzy eventów coraz chętniej włączają elementy odpowiedzialności społecznej do swoich wydarzeń.

Trend 14: Eventy społecznie zaangażowane – od CSR do realnego wpływu

14

DLACZEGO TO WAŻNE?

Jeszcze kilka lat temu „zielone eventy” czy akcje charytatywne były raczej dodatkiem niż standardem. Teraz uczestnicy i partnerzy oczekują konkretnych działań.

- ✓ Uczestnicy chcą być częścią czegoś większego – biznesowa konferencja, która jednocześnie wspiera lokalną społeczność? Tak, to coś, co się liczy.
- ✓ CSR staje się elementem employer brandingu – firmy angażujące się w działania prospołeczne i ekologiczne budują wizerunek bardziej odpowiedzialnych pracodawców.
- ✓ Nowe formaty eventów – zamiast tradycyjnych paneli dyskusyjnych, organizatorzy tworzą wyjątkowe doświadczenia, które łączą wiedzę, integrację i działanie na rzecz innych.

KTO JUŻ TO ROBI?

 **Klienci Pracowni Gier Szkoleniowych** – którzy decydują się na przeliczenie punktów na złotówki i przekazanie na szczytny cel lub sadzenie drzew za każdego uczestnika spotkania (np. z posadzimy.pl).

 **Google I/O** – wydarzenie technologiczne Google, które od lat działa zgodnie z zasadami „zero waste” i wspiera inicjatywy ekologiczne.

 **Eventy sportowe**, takie jak maratony czy triathlony – coraz częściej mają charytatywny charakter, gdzie część opłat startowych trafia na konkretne cele społeczne.



Trend 14: Eventy społecznie zaangażowane – od CSR do realnego wpływu

14

JAK TO WYGLĄDA W PRAKTYCE?

✚ **Eventy o zerowym śladzie węglowym** – organizatorzy kompensują emisję CO₂ przez sadzenie drzew czy współpracę z fundacjami ekologicznymi.

✚ **Lokalny wpływ** – zamiast wielkich korporacyjnych dostawców, cateringi na eventach wspierają lokalnych producentów, a część dochodu z biletów trafia na cele charytatywne.

✚ **Aktywności angażujące uczestników** – zamiast standardowych gadżetów, uczestnicy mogą wziąć udział w akcjach społecznych, np. wspólnym malowaniu szkoły, zbiórce dla schronisk czy warsztatach edukacyjnych.

✚ **Działania na rzecz DEI** (Diversity, Equity & Inclusion) – eventy stają się bardziej dostępne, dbają o różnorodność prelegentów, wprowadzają opcje dostosowane do osób ze szczególnymi potrzebami.

CO WARTO ZAPAMIĘTAĆ?

- ✓ **Eventy przyszłości** to nie tylko miejsce na wymianę wiedzy, ale także przestrzeń do **realnego wpływu**.
- ✓ Uczestnicy oczekują **autentyczności** – CSR na pokaz już nie wystarcza.
- ✓ Jeśli organizujesz wydarzenie, pomyśl, jak może ono coś zmienić – czy to w **społeczności**, czy dla **środowiska**.

Eventy, które nie tylko inspirują, ale też realnie pomagają?
To przyszłość, na którą wszyscy czekamy.





**pracownia
gier szkoleniowych**
BUDUJEMY ZAANGAŻOWANE ZESPOŁY



TEAMBUILDING

TALENTY GALLUPA



PROGRAMY DLA LIDERÓW

KOMPETENCJE PRZYSZŁOŚCI



www.pracowniagier.com

BIBLIOGRAFIA

Trend 1: Kompensacja śladu węglowego

- [Raport 2022 NET Zero Carbon Events](#)
- [artykuł Measuring an Event's Carbon Footprint](#)

Trend 2: Eventy w dobie pracy zdalnej i hybrydowej

- [Raport 2024 Business Events is a Transformative Era](#)
- [Raport 2025 State of Events and Industry Benchmarks](#)

Trend 3: Własne obiekty eventowe

- [Raport 2026 Global Meetings & Events Forecast](#)

Trend 4: Ochrona danych osobowych

- [Artykuł Data protection and privacy: a guide for event organisers](#)
- [Artykuł Navigating the Impact of Data Protection Regulations...](#)

Trend 5: Eventy zero-waste

- [Zero-waste events Europe](#)
- [Guideline Sustainable Events - UNDP](#)

Trend 6: Globalne vs lokalne eventy

- [Virtual Event Footprint](#)

Trend 7: Eventy personAIzowane

- [Artykuł How AI Chatbots are shaping Customer Service in events](#)

Trend 8: Identyfikatory NFC i RFID

- [Artykuł How does RFID technology for events work?](#)

Trend 9: Personalizacja doświadczeń

- [Artykuł 10 Things Event Attendees Will Expect...](#)

Trend 10: Strefy relaksu i wellness

- [Artykuł MPI The Wellness inclusion...](#)
- [Raporty Global Wellness Institute](#)

Trend 11: Grywalizacja eventów

- [Artykuł Grywalizacja, gry szkoleniowe, symulacje...](#)
- [Artykuł Event Gamification](#)

Trend 12: Catering przyszłości

- [Artykuł The Role of Technology in Modern Event Catering](#)

Trend 13: Hologramy na scenie

- [Artykuł The Utilization of Holograms in Modern...](#)

Trend 14: Eventy społecznie zaangażowane

- [Artykuł Event social responsibility](#)



pracownia gier szkoleniowych

BUDUJEMY ZAANGAŻOWANE ZESPOŁY

REDAKCJA: Katarzyna Bartowszewska-Witusik

WSPÓŁAUTOR: Patrycja Zielińska

EDYCJA: Ewa Fabisiewicz

KOORDYNACJA: Olga Guzewska

WYDAWCA: Pracowania Gier Szkoleniowych

KONTAKT: marketing@pracowniagier.com

ul. Puławska 39/2

02-508 Warszawa

+48 22 468 85 52

biuro@pracowniagier.com

www.pracowniagier.com

